



**İHRACAT YİNE
ÇİFT HANELİ
ARTTI!**

**2018 YILI DİJİTAL
İLE PARLAYACAK!**

**GLOBALDE AÇIK İLETİŞİM,
BİZDE TUTARLILIK ÖNEMLİ!**

**SİGORTA TEKNOLOJİLERİ
İÇİN ÜRETİM ZAMANI!**



**DOĞAN GÜNEŞİN
ÜLKESİ; JAPONYA!**

EKOĞÜNDEM

**ENDÜSTRİYEL
DEVİRİM KAPIYI
ÇALIYOR!**

**TEKFEN GRUP ŞİRKETLER BAŞKANI
OSMAN BİRGİLİ**

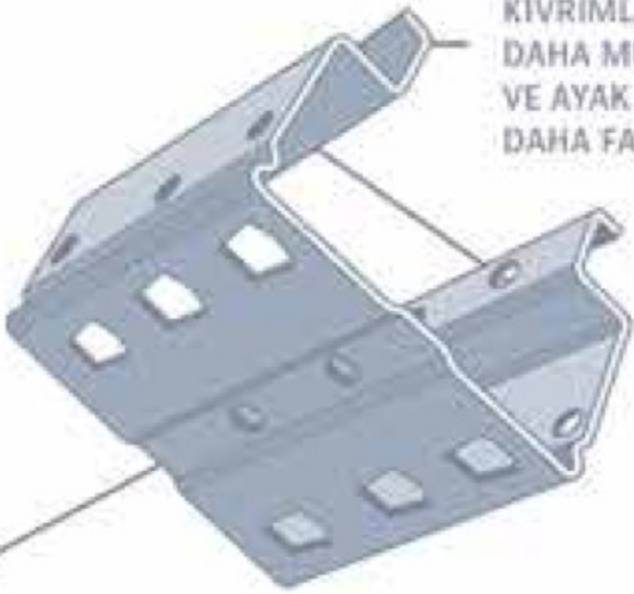
**TEKFEN HOLDİNG,
2017 YILINDA REKOR
CİRO VE KÂR ELDE ETTİ!**

Uluslararası müteahhitlik, tarımsal sanayi, limancılık ve gayrimenkul geliştirme alanlarında 62 yıldır faaliyetlerini sürdüren Tekfen Holding'in 2017 yılı mali performans sonuçları açıklandı.



AĞIR YÜKLERİN RAFI DA BÜYÜK OLUR SORUMLULUĞU DA!

EKSTRA
KIVRIMLAR SAYESİNDE
DAHA MUKAVEMETLİ PROFİL
VE AYAK KESİTİNDE
DAHA FAZLA YÜZEY ALANI



Yüksek teknolojiye seri üretim hattı ile geniş bir makine parkuruna sahip olan Gökçelik Depo Sistemleri, Endüstri 4.0 hedefiyle çıktığı yolda otomasyon ve bilgi işlem teknolojileriyle çözüm üretmeye devam ediyor.



ERCİYES KAYAK MERKEZİ



- ✓ Havalimanı 25 dakika
- ✓ Şehir merkezi 15 dakika
- ✓ Kapadokya 50 dakika

DÜNYANIN EN YAKIN
KAYAK MERKEZİ

İÇİNDEKİLER



42

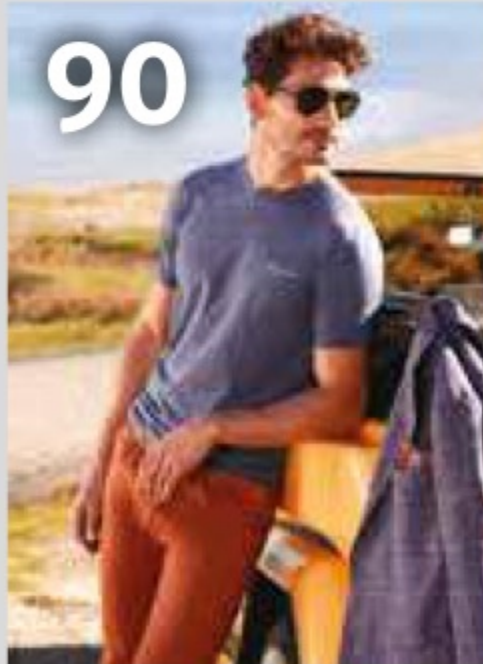
İSO YÖNETİM KURULU BAŞKANI ERDAL BAHÇIVAN
KDV'DEKİ DEĞİŞİKLİK
SANAYİCİYİ SEVİNDİRDİ!



86



84



90



91



92

MONOCHROME
MENÜSÜ
KIŞ LEZZETLERİYLE
YENİLENDİ!

10 GÜNCEL

İhracat yine çift haneli arttı!

12 GÜNCEL

İhracattaki artış yüzleri güldürdü!

16 BUSINESS EKONOMİ

Endüstri 4.0 nitelikli mavi yaka
ihtiyacını artıracak!

20 BUSINESS EKONOMİ

Pazarlamanın yeni adı: deneyim ekonomisi!

32 BUSINESS GÜNDEM

Türkiye dünyanın dijital ödeme
başkenti olabilir!

78 BUSINESS AKTÜEL

Lüks sektörü büyüyor, gençler lüksü
dijitale çeviriyor!

82 TOURISM

Doğan güneşin ülkesi; Japonya!

94 BUSINESS HEALTH

Çocuklarda ateşe dikkat!

EDİTÖR'DEN MESAJ VAR!

Bitmeyen Kırılganlığımız

Ekonomi haberciliğinde kırılgan beşli tanımlamasını çok sık duyar olduk. Bunda şüphesiz Türkiye'nin bu listeden son yıllarda bir türlü çıkamamasının etkisi var. Bu sınıflandırma ilk olarak ABD kökenli yatırım bankası Morgan Stanley'in 2013 yılında ortaya kondu. ABD Merkez Bankası Fed'in tahvil alımlarını kaldıracağı yönündeki açıklaması sonrasında paraları en çok değer kaybeden ülkelerin dış finansman sorunları kaynaklı kırılgan hale gelmeleri nedeniyle bu sınıflandırma yapıldı.

2013 yılındaki listede Türkiye ile birlikte Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika yer alıyordu. 2016 yılı sonunda hazırlanan listeden Brezilya ve Hindistan çıkarken Meksika ve Kolombiya girdi. Kasım 2017'de Standard and Poor's farklı bir beşli açıkladı. Bu beşlide de değişmeyen ülke Türkiye olurken yeni ülkeler Arjantin, Mısır, Pakistan ve Katar olarak sıralanıyordu.

Peki, neden Türkiye bu kırılganlar listelerinden çıkamıyor? Çünkü Mahfi Eğilmez'in dikkat çektiği gibi son beş yıllık istatistiklerde Türkiye'nin büyüme dışında diğer ekonomik göstergelerinde bozulma görülüyor. Son açıklanan 2017 yılı cari açık rakamları bu tablonun ne denli bozulduğunun altını çiziyor. Yılın tamamında 47,1 milyar dolar olarak gerçekleşen cari açık GSYH'nin yüzde 5,5'ine ulaştı. Bu oran 2016 yılında yüzde 3,8 olmuştu. Cari açığın yükselişinde temel neden olarak yüksek büyüme oranı görülüyor. Mahfi Eğilmez'in ifadesiyle "Türkiye açık vermeden büyüyemiyor." Açıklanan Ocak ayı dış ticaret verilerine göre ihracatımız geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 10,7 artarken, ithalat yüzde 38 artış gösterdi. Dış ticaret açığı ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 108,8 artış gösterdi. Bu rakamlar da gösteriyor ki; küresel planda genişleyici para politikasının sonlandığı konjonktürde Türkiye dış kaynak bulmada daha da zorlanacak.

Bu kırılganlıktan kurtulmak için yapılması gerekenler belli. Ancak bunun için siyasi maliyeti düşünmeden reformlar yapılması gerekiyor.

İmtiyaz Sahibi
BT MEDIA GROUP
Bayram TAVŞAN

Genel Yayın Yönetmeni
Bayram TAVŞAN

Haber Müdürü (Sorumlu)
Tunç KANDEMİR

Yazı İşleri Masası
Eşref SEVMİŞ

Ekonomi Editörü
İsmail ŞAHİN

Haber Merkezi
Abdullah SEVİMLİ
Arda POLAT
Batuhan TAVŞAN

Reklam Koordinatörü
Esmagül BAHAR

Avrupa Temsilcisi (Almanya)
Tuncay UĞUR
+49 17 24 96 44 80

Ankara Temsilcisi
Naci ATMACA
0506 461 44 90

Çukurova Bölge Temsilcisi
Ahmet ATEŞ
0342 220 20 95

Creative Director
Aydın DANIŞ

Hukuk Servisi
Av. Gökmen KOÇLU

Mali İşler Müdürü
Süleyman ERAT

Yönetim Merkezi
BT MEDIA GROUP
Batıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok.
Kent Plus Sitesi B2 Blok N:2Y / 30
Büyükcçekmece - İstanbul
Tlf: 0212 337 36 56 (pbx)
Faks: 0212 337 36 10
www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com

Basım Yeri
Elma Basım
0212 697 30 30

Yayın Yeri
İstanbul

Dağıtım
Zip Dağıtım
0212 225 35 75

Baskı Tarihi
01.03.2018

ISSN 2148 - 2519

Dijital Edisyon



Business News Dergisi ve eklerinde yayınlanan yazı, haber, fotoğraf, reklam ve illüstrasyonların her türlü telif hakkı BT Media Group'a aittir. İzin alınmadan kullanılamaz.

Yayınlanan tüm ilanların sorumluluğu sahibine aittir. Bu dergi basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

bt media
Business News
İş Dünyası Dergisi





Genel Yayın Yönetmeni: Bayram Tavşan email: bayram@businessnewstr.com

AKILLI ÜRETİM ÇAĞI: ENDÜSTRİ 4.0

Toplumların ekonomik üretim modelleri tarihinde son durağı, dördüncü sanayi devrimi yani Endüstri 4.0 olarak tanımlanıyor. Endüstri 4.0, dijital dönüşüm dinamiklerinden yola çıkarak geleceğin akıllı üretim ekonomisini doğuruyor.

Geleceğin dünyasında küresel rekabette önde olmak isteyen işletmeler organizasyonu, üretim ve dağıtım süreçlerinde çalışacak akıllı robotlar, Ar-Ge, satış pazarlama ve yönetim süreçlerinde kullanılacak yapay zeka sistemleri ile bunların dış dünyayla bilgi alışverişlerini sağlayacak internet nesneleri ve tüm bu akıllı sistemlerin hep birlikte uyumla çalışmasını sağlayacak becerilere sahip tasarımcı, yazılımcı ve uygulayıcı uzmanlardan oluşan bir ekip ile başarmak zorunda. Artan bir şekilde daha fazla kişi tarafından tartışılan ve "Dördüncü Endüstri Devrimi" olarak nitelenen bu kurgu dünya ile rekabette Türkiye için hayati önemde.

2020 yılında yaklaşık 50 milyar cihazın birbiriyle iletişim halinde olacağı tahmin ediliyor. Akıllı üretim sistemlerinin, akıllı şehir, ev, lojistik, şebeke, cihaz unsurlarının sosyal ağlar ve e-ticaret ağlarıyla birleşmesi sonucu veriler, hizmetler, nesneler ve bireylerin internet ortamını kullanarak kuracağı ekosistemdeki ağın önümüzdeki çeyrek asırda küresel ticaret hacminin yaklaşık yüzde 46'sını etkileyeceği öngörülüyor.

2018 yılında sanayide 2,3 milyon ünite robot kullanılması bekleniyor. Özellikle robotik alanındaki gelişmelerin üretim sektöründe akıllı üretim sistemlerinin oluşumunu tetiklediği belirtiliyor. Akıllı üretim sistemleri ile müşteri tercihlerine ve ihtiyaçlarına daha fazla ve hızlı cevap veren özelleşmiş, akıllı üretim, iyileştirilmiş üretim kalitesi, daha az hata ile üretim, daha az israf, yerelleşen imalat süreçleri, yenilik süreçlerinin hızlanması ve daha az kaynak kullanımı hedefleniyor. Başta akıllı fabrikalar olmak üzere üretim sanayindeki değer zincirlerinin duruma özel çözümler, esneklik, verimlilik ve maliyet açısından optimize edilmesini ifade eden "dördüncü" sanayi devrimi olarak tanımlanan Sanayi 4.0'ın da temelini oluşturuyor.

Öte yandan, Avrupa Birliği 2020 yılında sanayinin gayri safı yurt içi hasıladaki payının mevcut durumdaki yüzde 15 seviyesinden yüzde 20'ye taşıma hedefini benimsemiş durumda.

Avrupa Komisyonu, Dördüncü Sanayi Devrimi'nin endüstride üretim, lojistik ve tüketim modellerini nasıl dönüştürdüğünü araştırıyor. Hazırlanan aksiyon planı; dijitalleşme, siber-fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, büyük veri, bulut bilişim, robotik sistemler ve yapay zeka üzerine Avrupa'nın belirleyeceği stratejiyi kapsıyor. Sanayinin dijital dönüşümünü destekleyen Avrupa Birliği'nde bölgesel ve ulusal çapta yarışacak pek çok girişim bulunuyor. Avrupa Komisyonu bu girişimleri üst düzeye taşıyacak en uygun stratejiyi geliştiriyor.

Ancak, "Endüstri 4.0" şirketlere çok sayıda fırsat sunarken çözülmesi gereken yeni tehditleri de beraberinde getiriyor. Öncelikle şirketlerin iş yapış şekillerinin değiştiğini anlaması, operasyon ekiplerinin de bunun farkına varmasını sağlaması ve süreçlerini yeniden inşa etmesi gerekiyor. Ciddi ve kökten bir iş anlayışı değişiminin ötesinde işgücü açısından da Endüstri 4.0'a geçiş yepyeni bir anlayış sunuyor. Tam otomasyon ve akıllı fabrikalarda çoğu iş el değmeden yürütüleceği için beden gücü ile çalışanların işsiz kalması olasılığı güçlü bir şekilde tartışılıyor. Akıllı fabrika vizyonu aynı zamanda geleneksel eğitim yapılarının, strateji ve politikalarının da değişmesini hatta çok yönlü katılımla yeniden yapılanmasını gerektirecek. Çünkü bu teknolojilere uygun yeni beceri, yetenek ve yetkinliklerin geliştirilmesi kaçınılmaz hale geliyor. Ne yazık ki bir diğer gerçek de bazı sektör ve meslek alanlarında yükselen biçimde işsizliğin artışı olabilir. Sıkıntı bu düzeye ulaşmadan okul içi ve dışı eğitim süreçlerini yeni teknolojik durumun ihtiyaçlarına uyarlamak gerekiyor.

Sevgi ve ışığın birlikteliği sizlerle olsun,

SPRING & SUMMER 2018



avva.com.tr



YENİLİKLERİN ÖNCÜSÜ AGT'DEN SEKTÖRÜNDE İLK: DİJİTAL PLATFORM PROJESİ!



Türkiye'nin önde gelen mobilya bileşenleri markası AGT'nin Dijital Platform projesi kapsamında hayata geçirdiği AGT Mobil Uygulama yayına girdi. Tüm iOS ve Android cihazlarda ücretsiz olarak kullanılabilen ve sektörün iş yapış şeklini değiştirecek AGT Mobil Uygulama, renk ve dekorları görüntüleme, mekanlar üzerinde uygulamanın yanı sıra karşılaştırma, teklif alma ve en yakın bayiye bulma gibi birçok özelliğiyle dikkat çekiyor.

İnovatif, işlevsel ve trend yaratan ürünleriyle mobilya bileşenleri sektörüne yön veren AGT, dijital dünyanın yeniliklerini hayatı kolaylaştırmak ve sınırları kaldırmak için kullanıyor. AGT'nin, bu amaçla başlattığı Dijital Platform projesi çerçevesinde hayata geçirdiği Mobil Uygulama, sektöre yön verecek ve sektörün çalışma şeklini değiştirecek bir uygulama.

Kullanıcılara ürün kartelasını rahatça görüntüleyebilme ve karşılaştırma yapabilme imkânı sunan AGT Mobil Uygulama sipariş takibi, en yakın bayiye bulma ve kampanyaları görüntüleme gibi birçok özelliğiyle de öne çıkıyor. Dekorasyon önerilerinin de yer aldığı AGT Mobil Uygulama, ücretsiz olarak tüm iOS ve Android cihazlarda kullanılabilir.

AGT Mobil Uygulama kullanıcıları MDF – Lam, panel ve parke ürünlerinin tüm renk, model ve ölçü gibi teknik özelliklerini görebiliyor, ürünleri üç boyutlu olarak inceleyebiliyor. Kullanıcılara farklı mekan görselleri üzerinden AGT ürünlerini tasarlama imkanı da sunan uygulama, ürünlerin bir mekanda nasıl görüneceğine, renk ve dokuların birbirleriyle uyumlarına ilişkin fikir sahibi olabilmeye olanak tanıyor. Uygulamada kullanıcılar favori listelerini oluşturabiliyor ve seçtikleri ürünler için en yakın bayiden veya harita üzerinden seçeceği AGT bayilerinden teklif alabiliyor.

ŞİŞECAM'IN 2017 YILI NET SATIŞLARI YÜZDE 32 ARTTI!



Şişecam Topluluğu'nun 2017 yılına ilişkin konsolide net satışları bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 32 artışla 11,3 milyar TL seviyesine ulaşırken, net kâr da 1,7 milyar TL'yi aştı. Yurt içi ve yurt dışındaki kuruluşlarında 4,8 milyon ton cam üreten Topluluk, bu dönemde 2,3 milyon ton soda külü ve 4,2 milyon ton endüstriyel hammadde üretimi gerçekleştirdi.

Şişecam Topluluğu Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdürü Prof. Dr. Ahmet Kırmızı, Topluluğun 2017 yılı hesap dönemine ilişkin mali tablolarının açıklanmasının ardından sonuçlarla ilgili şu değerlendirmelerde bulundu: "2017 yıl sonu itibarıyla konsolide net satışlarımız 11,3 milyar TL'ye ulaştı. Konsolide satışlar içindeki Türkiye'den yapılan ihracat ile yurt dışı üretimden satışların toplamını ifade eden uluslararası satışların payı ise yaklaşık yüzde 60 seviyesinde gerçekleşti. Bu dönemde yaklaşık 6,8 milyar TL seviyesinde uluslararası satış gerçekleştirdik. Maliyet, üretimin coğrafi dağılımı gibi konularda devam eden optimizasyon çalışmalarımızın sonucunda, 2017 yılı hesap döneminde konsolide EBITDA hacmimiz 3,1 milyar TL seviyesinde gerçekleşti."

Topluluk olarak 2017 yılında yaklaşık 1 milyar TL yatırım harcaması gerçekleştirdiklerini ve 748 milyon ABD Doları tutarındaki ihracat geliriyle ülke ekonomisine katkıda bulunmaya devam ettiklerini ifade eden Prof. Dr. Ahmet Kırmızı, şöyle konuştu: "Mali yapımızı Topluluğun istikrarlı büyüme çizgisindeki devamlılığı koruyacak, önümüzdeki dönemlerde de büyümemizi destekleyecek şekilde daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz. Üretim noktalarımızın optimizasyonuna yönelik çalışmalarımızın hızını arttırarak sürdürürken, maliyetlerimizi de başta artan otomasyon kullanımı olmak üzere tüm etkin yöntemleri kullanarak optimize etmeye devam edeceğiz. Sürdürülebilir kârlı büyüme ve operasyonel mükemmellik hedeflerimiz doğrultusunda izlenecek politikalarla ilgili değerlendirmeleri, küresel ekonominin içinde bulunduğu koşulları da dikkate alarak sürekli gerçekleştirmekteyiz."

TÜRKİYE'YE YATIRIMA DEVAM!



Türk Telekom'un, 2017 yılında güçlü mali disiplin, etkin verimlilik, internetin yaygınlaşmasına yönelik kampanyalar ve mükemmel müşteri deneyimi hedefiyle hayata geçirdiği EMPATİ programının katkılarıyla rekorlar elde ettiğini hatırlatan Dr. Doany, 2018 ve sonrasına ilişkin şu açıklamalarda bulundu: "Türk Telekom olarak, 2017'de çok başarılı sonuçlar elde ettik ve bu sonuçlardan aldığımız güçle 2018 için gelirlerde yaklaşık yüzde 11, FAVÖK'te 7,0-7,2 milyar TL, yatırım harcamalarında ise yaklaşık 3.5 milyar TL'lik oldukça sağlam hedefler belirledik. Ayrıca, 2017'de, Türkiye'nin geleceğine, şirketin konumuna ve büyüme potansiyeline olan inancımızı beş yıllık stratejik plan hazırlayarak gösterdik. Öncelikle, internet, mobil ve ödemeli TV gibi ana segmentlerimizdeki varlığımızı kullanarak ana pazarda kârlı bir şekilde büyüyeceğiz. Mobil abonelerimize çok uygun fiyatlarla TİVİBU üyesi olma fırsatını sunarak hem mobil hem de TV pazarındaki payımızı arttırmayı hedefliyoruz. Ödemeli TV, yeterince nüfuz edilmemiş bir segment ve Türk Telekom için, gelecekteki veri ihtiyaçlarını kablosuz geniş bant üzerinden daha uygun maliyetlerle karşılanabileceği ve eğlencenin uydu üzerinden sağlanacağı "kablosuz" evler olarak adlandırdığımız alana nüfuz edebileceğimiz çekici bir büyüme fırsatını temsil ediyor. Bu stratejinin ilk sonuçlarını da 2017'nin son çeyreğinde görmeye başladık. Ev TV abone sayımızda yılın son çeyreğinde rekor çeyrekse kazanım olan 139 bin adet net abone artışı gerçekleştirdik. Buna ek olarak, rakiplerimizdeki duraklama ve gerilemenin aksine mobilde 423 bin net abone kazancı ortaya koyduk. Ek olarak, sıklıkla Türkiye'de internet penetrasyonunun artırılmasının ve ülke çapında dijital uçurumun azaltılmasının Türkiye'de sürdürülebilir bir kalkınma yaratmada kilit rol oynadığını ifade ediyorum. Bu hedefimiz doğrultusunda 2017'de 'İnternet bizden' kampanyasını tüketicilerin beğenisine sunduk ve çok uygun fiyatlarla internet aboneliği imkânı tanıdık. Bu sayede, 2017'de rekor toplam 1,1 milyonluk net internet abone kazanımı kaydettik. 2018 başında ise elektrik dağıtım şirketleri ile anlaşmalar yaparak internet ürünümüzü elektrik dağıtım şirketlerinin bayilerinde tüketicilerle buluşturmaya başladık. Bu tip iş birlikleri sayesinde Türkiye'de daha çok insana dokunmayı ve internetin nimetlerini sunmayı hedefliyoruz."

YATAŞ GRUP 2017'Yİ REKOR BÜYÜME İLE KAPADI!



Yataş Grup 2017'de de hızlı büyümesini sürdürdü. Yataş Grup tarafından açıklanan 2017 4.çeyrek bilanço verilerine göre, Grup 795,7 milyon TL net satış rakamına ulaşarak, 2016 yılına kıyasla yüzde 58,4 büyüme gösterdi. Aynı dönemde 120,3 milyon TL Faiz Amortisman Vergi Öncesi Kar (FAVÖK) elde ederek 2016'ya kıyasla yüzde 134 büyüme başarısı gösteren Yataş Grup, 69,4 milyon TL net kar elde etti.

2012 yılında başlattıkları değişim ve dönüşüm sürecinin ilk 5 yılını tamamladıklarını, ikinci 5 yıllık hedeflerinin ise bir dünya markası olmak olduğunu söyleyen Yataş Grup CEO'su Nuri Öztaşkın; "Yataş olarak gerek yurtiçi gerek yurtdışında gösterdiğimiz başarılarla global bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz. 2017 yılında mobilya sektörü, hükümetin sağlamış olduğu teşviklerle ikinci çeyrekte itibaren canlılık kazandı. Yataş olarak 2017 yılını %58,4 büyümeyle kapatarak, sektörün en hızlı büyüyen şirketi olmaktan gurur duyuyoruz. Büyük bir atılım gösterdiğimiz ihracat faaliyetlerimizi bu seneye kadar Turquality desteği olmaksızın yürüttük. Bu sene hem Yataş Bedding hem de Enza Home için Turquality desteğini aldık dolayısıyla bu yıldan itibaren Uzakdoğu pazarları da dahil tüm dünya pazarlarında daha aktif ve sürpriz gelişmeler içerisinde olacağız. 2018 yatırım bütçemizi de artırdık. Kısacası 2018 Yataş Grup'un yılı olacak. Tüm bu başarılarımızda emeği geçen Yataş ailesine, iş ortaklarımıza ve bize olan güvenleriyle bizi yücelten müşterilerimize teşekkür ederim." dedi.

2017 yılını hem yatırım yılı ilan eden, bununla birlikte de tüm büyüme hedeflerini gerçekleştiren Yataş Grup, inşaat, makine ve mağazacılık operasyonlarına 50 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaptı. İstihdam konusunda da yeni iş imkanları sağlayan Yataş, 2012 yılında ortalama 1100 olan çalışan sayısını 2017 yılında 2391'e yükseltti. Halihazırda 49 ülkeye ihracat yapan şirket, 2018 yılında 110'u yurtdışında 48'i ise yurtdışında olmak üzere toplam 158 yeni mağaza açmayı planlıyor.

DEPREME KARŞI GÜVENLİ VE NİTELİKLİ BİNALAR İNŞA ETMELİYİZ!



İZODER Başkanı Levent Pelesen, "Deprem kuşağında yer alan bir ülkede, can ve mal güvenliğini sağlayabilmek için alınması gereken en temel önlemlerin başında uzun ömürlü ve depreme dayanıklı binalar inşa etmek geliyor. Bunun için de, yapıların, öncelikle su yalıtımı ile donatılarak korozyona karşı korunması gerekiyor" dedi.

Yalıtım konusunda kamuoyunu ve sektörü bilinçlendirmeyi amaç edinen İZODER (Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği) Başkanı Levent Pelesen, yapıyı oluşturan ana elemanları (demir ve beton), ömrü boyunca koruyacak olan su yalıtımının hayati önem taşıdığını söyledi.

Betonarme yapı sistemlerinin en hassas oldukları noktalardan birinin suya karşı hassasiyetleri olduğunu vurgulayan Levent Pelesen, "Yapılarımıza suyun nüfuz etmesi durumunda taşıyıcı elemanlarda bulunan demir donatılar korozyona maruz kalarak paslanmakta ve binalarımızın ömrünü ve dayanıklılığını azaltmaktadır. 17 Ağustos depremi sonrasında yapılan İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hasar Tespit Komisyonu tarafından yapılan incelemeler sonucu, yüzde 79'u hasarlı bulunan 55 bin 651 konut ve işyerinin yüzde 64'ünde korozyon tespit edilmesi de su yalıtımının önemini ortaya çıkarıyor" dedi.

Yönetmelik, binaların kaderini değiştirecek!

Deprem tehlikesi altında bulunan Türkiye'de, yapı ömrü ve dayanıklılığı açısından büyük öneme sahip su yalıtımı konusunda çok önemli bir adım atıldığını belirten Levent Pelesen, şunları söyledi: "Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından, İZODER'in destek ve girişimleriyle mevzuattaki eksikleri gidermek üzere hazırlanan 'Binalarda Su Yalıtımı Yönetmeliği' 27 Ekim 2017 tarihli Resmi Gazete'de yayımlandı. Su yalıtımı ile ilgili büyük bir eksikliği gideren bu yönetmelik, ülkemizde binaların kaderini değiştirecek."

Kentsel dönüşüm fırsatını iyi değerlendirmeliyiz!

Kentsel dönüşümün güvenli, sağlıklı ve konforlu binalara kavuşmak için bir fırsat olduğunu vurgulayan Levent Pelesen, "Bugün kentsel dönüşüm fırsatını iyi değerlendirerek, tüm binaları doğru yalıtım uygulamalarıyla inşa edersek, ülke ekonomimize her yıl milyarlarca dolarlık katkıda bulunabiliriz" diye konuştu.

TÜRKİYE EKONOMİSİNİN EN İSTİKRARLI DESTEKÇİSİ “ÇİMENTO SEKTÖRÜ”



hedeflerini tutturuyor. Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) tarafından açıklanan 2017 yılının ilk 10 aylık rakamlarına göre çimento üretiminde, geçen yılın aynı dönemine oranla %3,1'lik bir artış yaşandı. Bu dönemde üretilen çimentonun yaklaşık %10'u ise ihraç edildi. Yine 2017 yılı ilk 10 ayında iç satışlarda %4,4; çimento ihracatında ise %2'lik artış gerçekleşti.

Ekim ayında en çok çimento ihracatı ABD'ye yapıldı. Konuyla ilgili değerlendirme yapan TÇMB Yönetim Kurulu Başkanı M. Şefik Tüzün; "TÜİK verilerine göre, 2017 yılı Ocak-Ekim döneminde, ihracatımızı (çimento+klinker) en çok artırdığımız ülke Haiti olmuştur. Bu ülkeyi Gana ve Gine izlemiştir. Çimento ihracatımızda yıl içerisinde yükselen bir başarı yakalanmıştır. Çimento sektörünün sürdürülebilir başarıları ülkemizin ekonomisine doğrudan olumlu katkı sağlamıştır" dedi.

Tüzün, çimento sektörünün yaklaşık 500 milyon dolar ihracat hedefinin yakalanacağını beklediklerini belirtti.

2018 yılının çimento sektörü için verimli olmasını beklediklerini ifade eden Tüzün; "Hükümetin

Türkiye ekonomisinin lokomotifi çimento sektöründe büyüme hız kesmiyor. Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği (TÇMB) açıklamasına göre; 2017 yılının ilk 10 ayında çimento üretiminde, geçen yılın aynı dönemine oranla %3,1'lik bir artış yaşandı. Bu dönemde üretilen çimentonun yaklaşık %10'u ise ihracata konu oldu. 2017 yılını yaklaşık 500 milyon dolar ihracat ile tamamlayacak olan çimento sektörü her yıl büyüme

2018 yılı için açıkladığı %5,5 ekonomik büyümeye paralel olarak devam eden altyapı ve kentsel dönüşüm projelerinin de katkısıyla sektörümüzün yaklaşık % 5 oranında büyüyeceğini öngörüyoruz. Ayrıca çimento ihracatımız da 2017 yılıyla aynı seviyede gerçekleşerek Avrupa'daki birinci Dünyadaki dördüncü büyük üretici konumumuzu koruyacağız" dedi.

İHRACAT YİNE ÇİFT HANELİ ARTTI!



Şanlı ordumuz Afrin’de destanlar yazarken, ihracatçılarımız da ihracat rakamları ile ülkemize moral vermeye devam ediyor. TİM verilerine göre Şubat ayı ihracatı yüzde 14,8 artarak 12 milyar 889 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2018 Şubat ayı, ihracat tarihindeki en iyi şubat ayı oldu. Böylece 2016 Kasım ayında bu yana, yani tam 16 aydır ihracattaki artış devam etti. TİM Başkanı Büyükekşi, “Artık ihracatımız artacak mı artmayacak mı diye değil, artış tek haneli mi çift haneli mi olacak diye düşünüyoruz. Şubat ayıyla birlikte çift haneli artışa adeta alıştık. Değer bazında ihracat da yüzde 14,8 arttı. Yani aynı malı, daha yüksek fiyattan ihraç ettik” dedi.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, Şubat ayı ihracat rakamlarını ilişkin açıklamayı Senegal’den gerçekleştirdi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan liderliğinde Afrika heyetinde olduklarını belirten TİM Başkanı “Salı günü

Cumhurbaşkanımız ile birlikte çıktığımız Afrika ziyaretimizde Cezayir ve Moritanya’da çok başarılı temaslarda bulunduk. Dün akşam Senegal’e geçtik. İhracat rakamlarımızı bu ay Afrika’dan açıklıyoruz. 15 yıl önce Cumhurbaşkanımızın başlattığı Afrika açılımımız, son hızıyla devam ediyor. İnşallah bu ülkelerle hem siyasi hem de ticari anlamda yeni ortaklıklara imza atacağız” dedi.

12 aylık ihracat 160 milyar dolara dayandı!

TİM verilerine göre, Şubat ayında ihracat geçen yılın aynı ayına göre yüzde 14,8 artarak 12 milyar 889 milyon dolar olarak gerçekleşti. Böylece 2018 Şubat ayı, TİM verilerine göre ihracat tarihindeki en iyi Şubat ayı oldu. 2018’in ilk 2 ayında ihracat yüzde 12,8 artışla 25 milyar 346 milyon dolar olurken, son 12 aylık ihracat da yüzde 11,1 artarak 159 milyar 27 milyon dolara ulaştı. Türkiye İhracatçılar Meclisi

(TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, ihracat rakamları ile ilgili yaptığı değerlendirmede "Şanlı ordumuz Afrin'de destanlar yazarken, ihracatçılarımız da ihracat rakamları ile ülkemize moral vermeye devam ediyor. 2016 Kasım ayında bu yana, yani tam 16 aydır ihracatımızda artış açıklıyoruz. Son 10 yıldır böyle uzun süreli bir artış temposunu sadece 2011-2012 yıllarında yakalamıştık. İnşallah yılsonuna kadar artışlara devam ederek, son 10 yılın en uzun soluklu artış trendini yakalamış olacağız" dedi.

İhracatın başarılı seyrine değinen TİM Başkanı "Ocak ayında Ekonomi Bakanımız Nihat Zeybekci ile birlikte Ankara'da gerçekleştirdiğimiz toplantıda, bu yılı İhracatta Rekorlar Yılı ilan etmiştik. OVP'deki 169 milyar doları aşacağımızı, 170 milyar doların üzerine çıkacağımızı belirtmiştik. İlk 2 aylık veriler, hedeflerimize sapmadan ilerlediğimizi ortaya koyuyor. Kalan aylarda da bu başarının artarak devam etmesini bekliyoruz" dedi.

Ocak ayında ihracatın yüzde 10,7 artışla 12,5 milyar dolar olduğunu hatırlatan Büyükekşi, "Şubat ayında da yüzde 14,8'lik bir artış yakaladık. Artık ihracatımız artacak mı artmayacak mı diye değil, artış tek haneli mi çift haneli mi olacak diye düşünüyoruz. Şubat ayıyla birlikte çift haneli artışa adeta alıştık" dedi.

İhracatın yüzde 22'si otomotivden geldi!

Sektörel bazda Şubat ayında en fazla ihracatı, 2,8 milyar dolarla otomotiv sektörü gerçekleştirdi. Bu sektörün ihracatı Şubat ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 25,7 arttı. Otomotiv sektörünün rekorlara devam ettiğini kaydeden Büyükekşi "Sektörümüz Şubat ayında ihracatımızın yüzde 22'sini tek başına sırtladı" dedi.

Otomotivi 1,4 milyar dolarla hazır giyim ve konfeksiyon, ve 1,3 milyar dolarla kimyevi maddeler sektörleri takip etti. Şubat ayında en fazla ihracat artışı yaşayan sektörler ise yüzde 101 artış ile zeytin ve zeytinyağı, yüzde 71,8 artışla süs bitkileri ve mamulleri, yüzde 47,4 artışla tütün oldu. Bu dönemde genele baktığımızda ise tarım ihracatı yüzde 10,6, sanayi ürünleri ihracatı yüzde 15,8 ve madencilik ürünleri ihracatı da yüzde 8,1 arttı.

Almanya birinciliğini korudu, AB'nin payı yüzde 53 oldu!

İhracat pazarlarına bakıldığında Şubat ayında 159 ülke ve bölgeye ihracat yükseldi. En fazla ihracat yapılan ilk 5 ülkeden; Almanya'ya ihracat yüzde 21,7; İtalya'ya yüzde 27,7; İngiltere'ye yüzde 20,4; ABD'ye yüzde 4;

Fransa'ya yüzde 19,1 arttı. En fazla ihracat yapılan 20 ülke arasında ise en yüksek artış ise 70,5 ile Belçika'da yakalandı.

Ülke grubu bazında ihracat ise şöyle şekillendi: Şubat ayında bir önceki yılın aynı ayına göre; AB'ye ihracat yüzde 24,6 artış gösterdi. Böylelikle, Şubat ayında AB'nin ihracattaki payı yüzde 53 olarak gerçekleşti. Bunun yanında, Şubat ayında, Afrika'ya ihracatımız yüzde 16,7, Bağımsız Devletler Topluluğu'na yüzde 20,6, Kuzey Amerika'ya ise yüzde 3,5 arttı. Serbest Bölgelere ihracatta ise yüzde 24,3 artış yaşandı.

"Aynı malı daha yüksek fiyata ihraç ettik"

Şubat ayında ihracatın miktar bazında yüzde 1,5 yükselişle 9,5 milyon tona çıktığına değinen Büyükekşi, "Değer bazında ihracat yüzde 14,8 arttı. Yani aynı malı, daha yüksek fiyattan ihraç ettik. Bu da ihracatımızın birim fiyatına olumlu yansıtacak son derece önemli bir gelişme. Her platformda dile getirdiğimiz, sayısız etkinliklerle oluşturmaya çalıştığımız Ar-Ge, İnovasyon, Tasarım ve Markalaşma bilinci, ihracatımıza yansımaya devam ediyor" dedi.

İstanbul yine zirvede, Ankara'dan sürpriz atak!

İllerin ihracat performansına bakıldığında ise Şubat ayında 60 ilin ihracatı artarken, 20 ilin ihracatı geriledi. En fazla ihracat yapan ilk 5 ilin ihracatı şu şekilde oldu: İstanbul 5,3 milyar dolar, Bursa 1,3 milyar dolar, Kocaeli 1,2 milyar dolar, İzmir 817 milyon dolar ve Ankara 598 milyon dolar. İlk 10'da en yüksek ihracat artışını ise yüzde 25,3 ile Ankara gerçekleştirdi.

"2018'de atılımı, rekorla taçlandıracağız"

Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) geçtiğimiz günlerde 12 aylık verileri açıkladığını hatırlatan Büyükekşi, buna göre DTÖ'nün aylık verilerini takip ettiği 70 ülkenin toplam ticaretinin 2017'de yüzde 10 artışla 16,3 trilyon dolara çıktığını bildirdi. Çin'in ihracatını yüzde 8,2, Almanya'nın yüzde 8,6, ABD'nin yüzde 6,6 oranında artırdığını vurgulayan Büyükekşi, "Biz de Türkiye olarak, 'Atılım Yılı' ilan ettiğimiz 2017'de yüzde 10,2 artışla küresel rakamların üstünde bir performans sergiledik. Büyümede rekorlar kırdık, istihdamda önemli artışlar yakaladık. Bu başarılı gidişatı 2018'de de devam ettireceğiz. Hükümetimizin bizlere verdiği desteklerden aldığımız güçle, dünyanın her köşesinde bayrağımızı gururla dalgalandırıyoruz" dedi.

İHRACATTAKİ ARTIŞ YÜZLERİ GÜLDÜRDÜ!



TİM verilerine göre, ihracat Şubat'ta geçen yılın aynı ayına kıyasla yüzde 14,8 artarak 12 milyar 889 milyon dolara; son 12 aylık dönemde ise yüzde 11,1 artarak 159 milyar 27 milyon dolara ulaştı. İhracat rakamlarının çift haneli ilerleyişinin 2018 yılsonu ihracat beklentisi için umut verici olduğu belirten TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, "Dünyanın Türkiye ekonomisini kabul ettiğini bu rakamlarla daha da iyi görüyoruz ve 2018 yılı için belirlenen 170 milyar dolarlık ihracat hedefinin tutturulacağına, hatta daha fazlasının yapılabileceğine yürekten inanıyoruz ve hedefimizi yükseltiyoruz" dedi.

İhracatta yeniden çift haneli rakamları görmeye devam ettiğimizi belirten TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, "2017 yılını birçok ülkeye göre çok iyi rakamlarla kapatmıştık. Ülkemize yönelik tüm saldırılara ve jeopolitik gerilimlere rağmen turizm ve ihracatta artan rakamlar ekonomimiz açısından çok iyi haberler. Ocak ayında yükselişe geçen ihracat rakamı,

Şubat ayında da istikrarlı olarak artmaya devam ediyor" diye konuştu.

"Siyaset Üstü Bir Ekonomi İle İlerliyoruz"

İhracattaki çift haneli artışların Türk iş adamları için vazgeçilmez olduğunu belirten Doğan sözlerini şöyle sürdürdü: "Tüm dünyada etkisini gösteren olumsuz tablonun içinde bu rakamlarla ihracat yapabiliyor olmak çok önemli bir gelişme. Bu tablo Türkiye ekonomisinin sağlamlığını ve büyümesinin devam edeceğini gösteriyor. ABD ve Avrupa ile yaşanan siyasi gerginlikler, Ortadoğu'da devam eden iç savaşlar ihracat kapılarının zorlandığı bir ortam yaşıyor. Fakat tüm bu gelişmelere rağmen ekonominin siyasetin de üstünde büyüdüğünü ve dünyanın Türkiye'yi ekonomisi ile kabul ettiğini görüyoruz. Son rakamlar bizlere yeni ihracat kapılarının da açıldığını gösteriyor."



Online İşlemler
www.limakuludag.com.tr

TEKNOLOJİNİN KONFORU ENERJİNİN HİZMETİNDE...

İnternet teknolojilerini müşterilerinin konforu ve memnuniyeti için kullanan Limak Uludağ Elektrik'in **Online İşlem Merkezi** ve **Mobil Uygulaması** ile abonelik dahil pek çok işlemi her an her yerde yapabilmenin rahatlığını yaşayın...



Hayatı
aydınlatıyoruz

Limak Enerji
ULUDAĞ ELEKTRİK

BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN AKTİF BÜYÜKLÜĞÜ 3 TRİLYON TL!

KPMG Türkiye, Bankacılık Sektörel Bakış 2018 raporunu açıkladı. Bankacılıkta 2017 yılının değerlendirildiği rapora göre, Türkiye’de faaliyet gösteren 51 bankanın üçüncü çeyrek itibariyle aktif büyüklüğü 3 trilyon 54 milyar TL’ye ulaştı.



Yılın ilk dokuz ayında sektörün net dönem karı 37 milyar 180 milyon TL’ye yükselirken, kredilerin toplam tutarı da 1 trilyon 994 milyar TL’ye ulaştı.

KPMG Türkiye, Bankacılık Sektörel Bakış 2018 raporuyla Türk bankacılık sektörünün 2017 yılını ve 2018 perspektifini değerlendirdi. KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, KPMG Türkiye’nin gerçekleştirdiği Türk bankacılık sektörünün araştırıldığı rapor hakkında bilgi verdi. Geçen yılın ilk 9 ayında 2,5 trilyon TL olan sektörün büyümeye devam ettiğine dikkat çeken Cantürk, “Bankacılık sektörünün 2017 üçüncü çeyreği itibariyle aktif büyüklüğü 3 trilyon 54 milyar TL oldu. En büyük aktif kalem olan krediler yıllık yüzde 15 artarak 1 trilyon 994 milyar TL olarak gerçekleşti. Menkul değerler toplamı da yüzde 6,9 oranında yükselerek 376 milyar TL’ye ulaştı. Sektörde banka, şube ve çalışan sayısı ise geriledi. Eylül 2017 itibariyle 33 mevduat, 13 kalkınma ve yatırım, 5 katılım bankası olmak üzere 51 banka faaliyet gösteriyor. Bu bankalar 11 bin 663 şube, 209 bin 672 personelle hizmet veriyor. Geçtiğimiz yıl aynı dönemde 52 banka, 11 bin 926 şube, 211 bin 673 çalışanıyla görev yapıyordu” dedi.

KPMG raporunda ön plana çıkan noktalar şöyle:

Bankaların 9 aylık net karı 37 milyar TL’ye ulaştı!

- 2016 yılının ilk 9 ayında 29 milyar TL net kar rakamına ulaşan bankacılık sektörü, 2017 yılının aynı döneminde 37 milyar 180 milyon TL net kar yaptı. Bankacılık sektörünün öz kaynak karlılığı, geçen yılın aynı dönemine göre kamu, yerli özel ve yabancı banka gruplarının hepsinde artış gösterdi.

- Sektör öz kaynak artışı yoluyla kaynak üretimine devam etti. Son bir yıllık dönemde kredilerin yüzde 14’ü öz kaynak büyümesiyle finanse edildi.

Kredi kullanım tutarı 1 trilyon 994 milyar TL oldu!

- Bankacılık sektörünün sağladığı kredilerin Eylül 2017 döneminde toplam tutarı 1 trilyon 994 milyar TL oldu. Bu toplamın 1 trilyon 356 milyar TL’si Türk Lirası kredilerden, 638 milyar TL’si döviz kredilerinden oluştu. Aynı dönemde ticari ve kurumsal krediler 1 trilyon 22 milyar TL, KOBİ kredileri 498 milyar TL ve tüketici kredileri ve kredi kartları 474 milyar TL olarak gerçekleşti. 2016 yılına oranlandığında, ticari ve

kurumsal kredi hacmi yüzde 14, KOBİ kredileri hacmi yüzde 18, tüketici kredileri ve kredi kartları hacmi ise yüzde 12 arttı.

- 2017 yılında en fazla krediyi orta büyüklükteki işletmeler kullandı. 2016 yılına göre kredi kullanım oranı yüzde 21 artan orta büyüklükteki işletmeler 207,2 milyar TL kredi aldı. Küçük işletmelerin aldığı kredi miktarı 163 milyar TL, mikro işletmelerin aldığı kredi ise 127 milyar TL oldu.

Bireysel kredilere talep yüzde 17 arttı!

- Bireysel kredilere talep 2016 yılına göre yüzde 17 arttı. Kullanılan 474 milyar TL'lik bireysel kredilerin yüzde 40'ı ihtiyaç kredilerinden oluştu. Bireysel krediler içerisinde konut kredisinin payı yüzde 40, kredi kartlarının payı yüzde 19, taşıt kredilerinin payı yüzde 1 oldu.

- 2016 yılı sonunda 59 milyon TL olan takipteki kredi miktarı, 2017 üçüncü çeyrek sonuçlarına göre 63 milyar TL'ye ulaştı. Takipteki kredilerin 2010 yılından itibaren ulaştığı en yüksek seviyeyi temsil eden 2016'daki yüzde 3,24'lük dönüşüm oranı, 2017'de yüzde 3,05'e geriledi.

- Türk bankacılık sektörünün sermaye yeterlilik oranı yüzde 17,2 olarak gerçekleşti. 2016 yılı sonunda bu oran yüzde 15,6'ydi. Yabancı bankalar grubu sermaye yeterlilik oranı da yüzde 18,6 ile sektör ortalamasının üzerinde gerçekleşti. Sermaye yeterlilik oranının fonksiyon grupları oranları, mevduat bankalarında yüzde 16,7, katılım bankalarında yüzde 17,2, kalkınma ve yatırım bankalarında yüzde 24,4 oldu.

İnternet bankacılığına ilgi büyüyor!

- İnternet bankacılığı kullanıcıları artıyor. 2010 yılında 6,7 milyon kullanıcının yararlandığı internet

bankacılığını 2017 yılında 32 milyon aktif müşteri kullanıyor. Son yedi yılda bu hizmeti kullanan müşteri oranındaki artış yüzde 380 oranında gerçekleşti.

- Türkiye'de mobil bankacılık kullanım oranları 2011 yılından bu yana takip ediliyor. Mobil bankacılık sisteminde kayıtlı olan toplam tekil müşteri sayısı Eylül 2017 itibarıyla 40 milyon 681 bin kişi olarak gerçekleşti.

- Türkiye'de 18-34 yaş aralığındaki Y kuşağı temsilcilerinin yüzde 93'ünün bankacılık işlemleri ve ödemeler için mobil cihaz kullanıyor.

Sürdürülebilir büyüme için KOBİ'lere kredi desteği gerekiyor!

- Faiz oranları, makroekonomik koşullar sebebiyle hala yüksek... Kredi maliyetlerinin yüksek oluşu, büyümenin finansmanını ve dolayısıyla da sürdürülebilir büyümeyi riske atıyor. Bu yıl yakalanan yüzde 5'lik ekonomik büyüme oranının 2018'de devam edebilmesi için toplam kredi büyüklüğünün yüzde 20'ler seviyesinde büyümesi gerekiyor. Bu orana KOBİ'lere yönelik kredi desteklerinin devam etmesi ve inşaat sektörü finansal performansı ile ulaşılabileceğini düşünüyoruz.

- 2018'de yıkıcı teknolojiler bankacılık sektörünü daha fazla etkileyecek. Yıkıcı tehditler karşısında pazar payını korumak ve büyütme zorunda olan sektör, aynı zamanda değeri yüksek müşteri segmentlerini ve müşterilerini korumaya mecbur... Sektör oyuncuları yenilikçi yeni çözümlerle, siber tehditleri önleyen sistemleri hayata geçirerek bu zorlu ortamda başarılı olabilir.



ENDÜSTRİ 4.0 NİTELİKLİ MAVİ YAKA İHTİYACINI ARTIRACAK!

Modern otomasyon sistemlerinin veri transferiyle akıllı üretim gerçekleştirmesi fikrine dayanan Endüstri 4.0'ın, özellikle üretim hatlarında devrim yaratacağı tartışmasız bir gerçek.



Önümüzdeki yıl sadece sanayide 2,3 milyon ünite robot kullanılması beklenirken, özellikle Türkiye'de çalışan işgücünün yüzde 75'ini oluşturan mavi yakalıların sahip oldukları yetkinlikleri tekrar değerlendirmeleri gerekecek gibi görünüyor. Bu dönüşümün mavi yaka ve ara kademe pozisyonlar üzerindeki beklenen etkilerini değerlendiren Eleman.net Genel Müdürü Özlem Duyarlar, nitelikli mavi yaka ihtiyacının artacağını söyledi. Duyarlar, 10 yıl içinde 100 bin yüksek nitelikli çalışana ihtiyaç duyulacağını belirtti.

"Yeni Sanayi Devrimi" olarak tanımlanan ve yakın geleceği şekillendirmesi beklenen Endüstri 4.0'ın, mavi yaka istihdamı üzerindeki etkisine yönelik farklı öngörü ve tahminler bulunuyor. Kaçınılmaz değişimin mavi yakalı çalışanları ne yönde etkileneceğini değerlendiren Eleman.net Genel Müdürü Özlem Duyarlar, "Önümüzdeki yıl, sadece sanayide 2,3 milyon ünite robot kullanılacağı tahmin ediliyor. Görüşlerin bir kısmı, otomasyonun artması ile birlikte mavi yakalı çalışanlara daha az ihtiyaç duyulacağı yönünde birleşirken, bir kısım da Almanya örneğini veriyor. Buna göre, Almanya 2020 yılından sonra sanayi büyümesini yüzde 3, mavi yakalı çalışan artışı ise yüzde 6 olarak öngörüyor" dedi.

Üretimde verimlilik 50 milyar TL artacak!

"Yapılan araştırmalara göre, Endüstri 4.0'ın başarılı bir şekilde uygulanması halinde, Türkiye'deki üretim sektörlerinin verimliliğinde 50 milyar TL'ye varabilecek bir fayda sağlanması bekleniyor" diye konuşan Duyarlar, "Sanayi ve üretim alanında verimliliğin ve büyümenin artması çok önemli bir konu. Bu alanda şu anda bile çalışacak eleman bulma sıkıntısı olduğu bir gerçek. Eleman.net olarak geçtiğimiz günlerde üyelerimize yönelik gerçekleştirdiğimiz anketin de işaret ettiği gibi, insanlar plazada çalışmayı fabrika veya üretim alanlarında çalışmaya tercih ediyorlar Öte yandan, insan gücü maliyetleri de artıran bir unsur" dedi.

Duyarlar, istihdama ilişkin benzer endişelerin Endüstri 2.0 ve 3.0 dönemlerinde de gündeme geldiğini anımsatarak, "Ancak daha önceki endüstri devrimleri istihdamı olumsuz olarak değil, tam tersine olumlu yönde etkiledi ve daha çok istihdam alanı oluştu. Bu durumun Endüstri 4.0'da da aynı şekilde sonuçlanacağını düşünüyoruz" ifadelerini kullandı.

Değişim kaçınılmaz!

Türkiye'deki çalışan nüfusun yüzde 75'ini oluşturan mavi yakalıları için Endüstri 4.0'ın 'değişim' anlamına geldiğini ifade eden Duyarlar, "Bu yeni yaklaşımın çalışanları değişime zorlayacağı bir gerçek. Endüstri 4.0'ın getireceği yeni üretim teknolojileri, çalışanların bugünkünden daha farklı beceri ve yetkinliklere sahip olmalarını gerektirecek. Bu çerçeveden bakıldığında, daha nitelikli işgücüne kapıların açılacağını söylemek de mümkün. TÜSİAD'ın 2016 yılında hazırladığı Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gerekliklik Olarak Sanayi 4.0 raporunda da işaret edildiği gibi, üretim sektöründe, önümüzdeki 10 yıllık süreçte nitelikli olmayan işçilik ihtiyacında 400-500 bin kadar azalma beklenirken, yaklaşık 100 bin kadar da yüksek nitelikli yeni çalışan ihtiyacı olacağı tahmin ediliyor. Buna ek olarak, sanayileşmenin getireceği büyüme akımı sonucunda da 400-500 bin kadar yeni iş imkanı doğacağı tahmin ediliyor" dedi.

Geleceğin meslekleri

Endüstri 4.0 ile birlikte oluşabilecek yeni mesleklere ilişkin de bilgi veren Özlem Duyarlar, "Endüstriyel bilgisayar mühendisliği/programcılığı, endüstriyel veri bilimciliği, IT/loT çözüm mimarlığı, veri güvenliği uzmanlığı, robot koordinatörlüğü, 3D yazıcı mühendisliği ve endüstriyel kullanıcı arayüzü tasarımcılığı gibi farklı meslek dallarının popüler olması bekleniyor" dedi.



KÜLTÜR KOLEJİ KÜLTÜR2000 KOLEJİ

Anaokulundan Üniversiteye Okul “KÜLTÜR”dür.

ERKEN KAYIT

**15 Şubat - 10 Mart
2018**

Avantajlı **Özel Kayıt Koşulları** için sizi bekliyoruz.

ANAOKULU - İLKOKUL - ORTAOKUL - LİSE - FEN LİSESİ

0(536) 065 30 19
www.kultur.k12.tr

0(536) 065 30 20
www.kultur2000.k12.tr

GLOBALDE AÇIK İLETİŞİM, BİZDE TUTARLILIK ÖNEMLİ!

Great Place to Work yönetici davranışlarının çalışanlar üzerindeki etkisini analiz etmek için global çapta gerçekleştirdiği Yöneticilik Etkinlik Endeksi araştırmasının sonuçlarını açıkladı.



Araştırmada, yurt dışındaki çalışanların açık iletişime, Türkiye'deki çalışanların ise yöneticilerin tutarlı olup olmadığına önem verdiği saptandı.

Great Place to Work yönetici davranışlarının çalışanlar üzerindeki etkileşimini analitik bir şekilde gösterebilmek için gerçekleştirdiği Yöneticilik Etkinlik Endeksi (Manager Effectiveness Index-MEI) çalışmasının sonuçlarını açıkladı. Yapılan

analizler, yönetici davranışları ile çalışan verimliliği, performansı, bağlılığı ve işten ayrılma oranı arasında güçlü bir bağlantı olduğunu gösteriyor.

Çalışmada en iyi işveren seçilen iş yerlerinde çalışanlar, yöneticileri değerlendirdi. Çalışanların bakış açısından yönetici yaklaşımlarının değerlendirildiği Trust Index analizinde en çok "Yöneticim iş stratejisini anlamamı sağlıyor", "Yöneticiler çalışanlarını işi veya



çalışma ortamını etkileyen kararlarda konuya dahil ediyor" ve "Yöneticiler bana insan olarak değer veriyor, beni sadece iş gücü olarak görmüyor." yanıtları alındı.

Türkiye’de çalışanlar önce tutarlılığa bakıyor!

Yapılan analizlerde çalışanların daha istekli çalışması ve şirketlerinde uzun süre kalmalarının, yönetici davranışlarının tutarlılığı ve çalışanın fikirlerini dinleyip cevaplandırıyor olmaları ile yakından ilgili olduğu görülüyor. Türkiye'nin En İyi İşverenleri Benchmark verilerine göre, çalışanlar en çok yöneticilerin söyledikleri ile yaptıklarının tutarlı olmasına önem veriyor.

Söyledikleri ile yaptıkları tutmayan yöneticilerin yetkinlikleri sorgulanıyor!

Çalışan motivasyonunu en çok etkileyen ikinci konu, yöneticilerin çalışanların fikir ve önerilerini sorması. Üçüncü en önemli etkenin ise yöneticilerin çalışanların çabasını takdir etmesi olduğu görülüyor. Ayrıca çalışanlar yöneticilerinin yetkinliklerini değerlendirirken de yine bu üç noktayı önemsiyor. Söyledikleri ile yaptıkları arasında tutarsızlık olan yöneticiler, çalışanların gözünde yetkinlikleri açısından da değer kaybediyor.

Aşırı tepki veren yöneticiler gelişimlerini tamamlayamıyor!

Şirketlerin geleceği için çalışan performans değerlendirmelerinin yanı sıra yönetici etkinliğinin



de ölçülmesi gerektiğinin altını çizen Great Place to Work Türkiye Genel Müdürü Eyüp Toprak, araştırmaya ilişkin şu değerlendirmede bulundu: "Tüm çalışanlar iyi bir yöneticiyi hak eder. Çalışanların karar alıcıları değerlendirdiği çalışmada elde edilen önemli bulgulardan biri, yönetici-çalışan etkileşimin ilk ve ana kaynağının güven duygusu olması. Yaptığımız çalışmada yöneticilerin büyük çoğunluğunun hızlı bir şekilde daha iyi lider olmaya odaklanma eğiliminde olduklarını gördük. Bununla birlikte takımlarıyla organize şekilde çalışan, ani ve aşırı reaksiyon vermeyen yöneticilerin gelişimlerinde gözden kaçırdıkları kör noktaları süreç içinde fark ettikleri ortaya çıktı."



PAZARLAMANIN YENİ ADI: DENEYİM EKONOMİSİ!

Pazarlama dünyasında teknolojinin getirdiği yıkıcı dönüşüm, müşteri deneyimini çepeçevre sararken, Euromessage, Visilabs ve Semanticum markaları ile omni-kanal pazarlama teknolojilerini bünyesinde toplayan Related Digital, 2018 yılına damgasını vuracak omni kanal pazarlama trendlerini altı ana başlık altında raporladı.



Dijital teknolojilerin en fazla etki ettiği alanların başında gelen pazarlama dünyası, müşteriyle her kanaldan temas kuran omni kanal iletişim anlayışıyla yeni trendler meydana getiriyor. Geleneksel perakende pazarlamanın yanı sıra, dijital, mobil, e-posta, sosyal medya ve içerik yoluyla pazarlama kanallarında gelişen teknolojinin yıkıcı etkilerini görmek mümkün. Related Digital tarafından yayımlanan 2018 Pazarlama Trendleri raporu, markaların ve tüketicilerin 2018'de karşılaşacakları yeni ve trend uygulamaları listeliyor.

Sosyal ağların %90'a varan oranlarda mobil cihazlardan takip edildiği günümüzde, e-posta iletişimi ve alışveriş gibi işlemleri de %50 oranında mobil aygıtlar üzerinden gerçekleştiriyoruz. Bu durum pazarlama açısından mobili cazip bir kanal hâline getirirken, yeni trendlerin de ortaya çıkmasına neden oluyor. Related Digital raporuna göre 2018 yılında sadece mobil cihazlar baz alınarak tasarlanan yeni nesil web sitelerinin yükselişine tanık olacağız.

WhatsApp reklamlarına hazır mısınız?

Dijital pazarlamanın kişiselleştirilmiş ve katılımcı bir alışveriş deneyimi sunma çabasının, son kullanıcılar için daha karmaşık ve kompleks bir tecrübeye dönüşmemesi gerekiyor. Bu nedenle 2018 yılında dijital pazarlamayla başlayıp, satın almayla tamamlanan süreci en basite indirgeyebilen markalar rekabette öne sıyrılacak. Related Digital 2018 Pazarlama Trendleri raporunda ayrıca 2018 yılı içinde Facebook Messenger ve WhatsApp gibi anlık mesajlaşma uygulamalarının önümüzdeki dönemde bir reklam mecrası hâline geleceği belirtiliyor. Şirketlerin artık tüketiciye ulaşmak için anlık mesajlaşma ve chatbot gibi yeni nesil

teknolojileri devreye aldığına vurgu yapan rapor, yapay zekanın önümüzdeki dönemde dijital pazarlamanın vazgeçilmezi olacağını öngörüyor.

Mağazalar birer cemiyyete dönüşüyor!

Teknoloji devleri geleneksel mağazacılığı bir deneyim merkezine dönüştürme trendine öncülük ediyor. Sanatsal aktiviteler ve teknoloji atölyeleriyle zenginleştirilmiş "yaşam alanları", tüketiciler için de birer cazibe merkezi halini alıyor. 2018 Pazarlama Trendleri raporuna göre insanların rahatlayabileceği, arkadaşlarıyla buluşacağı ve hafta sonları yerel sanatçıları dinleyebileceği açık hava plazaları perakende pazarlamanın yeni trendi olmaya aday.

Şans değil, pazarlama trendi: Influencer Marketing!

Tüketicilerin güven temelli bir bağ kurabildiği kanaat önderi sosyal medya kullanıcıları, yani influencer'lar, toplulukların alışveriş alışkanlıklarına yön vermeye 2018 yılında da devam edecek. Markalar için de Z kuşağına ulaşmada en etkili yöntemlerden biri olan influencer marketing, sosyal medya kanalıyla gerçekleştirilen pazarlama aktivitelerinin temel unsurlarından biri olmayı sürdürecektir.

İçerik sayısı azalsa da nitelik artıyor!

Omni kanal pazarlamanın en kritik bileşenlerinden biri olan içerik pazarlamasında yapılan araştırmalar, en başarılı blog sahiplerinin artık daha az ve daha dolu içerik yayımladığını gösteriyor. Related Digital, 2018 Pazarlama Trendleri raporunda markaların yenilikçi hikayelere yoğunlaşarak, bu içerikleri doğru insanlarla buluşturmak için gerekli yatırımları yapmasını öneriyor.

GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER, MART AYINDA KAYIPLARINI TOPARLAMAK İSTEYEBİLİR!

2018 yılının ikinci ayını da geride bıraktık. Veri takvimi açısından sakin gibi görünmesine karşın piyasalarda oynaklık zirveye ulaştı. Özellikle, global endeksler yılın ilk ayındaki kazançlarını şubat ayında çok sert bir şekilde geri verdi. ABD endekslerinde %6'lara doğru kayıplar görülürken, piyasalarda korku endeksi olarak adlandırdığımız (VIX) endeksi de zirveye yükseldi. Bu ortam, sınırlı da olsa güvenli liman algısını çalıştırdı ve gelişmekte olan ülke piyasalarında az da olsa fon çıkışlarına neden oldu. Özellikle, global endekslerdeki satışın, MXEF dediğimiz gelişmekte olan ülke borsaları endeksini de olumsuz etkilediğini ve gelişmekte olan ülke para birimleri üzerinde de baskının oluşturduğunu şubat ayı içerisinde izledik.

ABD'den gelen ve beklentileri karşılayan enflasyon dataları, Fed'in enflasyonun hedefe ulaşacağına yönelik beklentisinin güçlenmesi, Fed'in projeksiyonunda yer alan üç faiz artırımının üzerinde bir artış beklentisine dair oluşan spekülasyon, ABD'de bütçe planına yönelik belirsizlikler devam ederken, 2 yıl geçerli bir bütçe taslağının onay aldığına dair gelen haber ile Şubat ayı içerisinde Doların kayıplarını bir miktar toparlamasına yardımcı oldu. Bu gelişmeler GOP'lar açısından pek olumlu algılanmadı. Dolayısıyla, şubat ayı geneline bakıldığında, gelişmekte olan ülke para birimlerinde Güney Afrika ve Şili Pesosu dışında diğer gelişmekte olan ülke para birimlerinin ABD Doları karşısında çok güçlü olmadığı görülüyor.

Mart ayında, 07 Mart TCMB ve 21 Mart Fed toplantıları yine gündemde olacak. Bu toplantılar içerisinde en kritiği Fed olacaktır çünkü piyasalar Fed'den bir faiz artışı bekliyor. Bu beklentinin önceden fiyatlandığını düşünürsek yeni bir harekete neden olmayabilir ancak yeni Fed Başkanı Powell'ın ilk toplantısı olacak. Hem bu anlamda önemli hem de Fed ekonomik projeksiyonlarını açıklayacak. Özellikle, yıl içerisinde üçten fazla faiz artırır mı sorusuna yanıtı mart toplantısında arıyor olacağız.



Integral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Uzmanı Eda Karadağ

Açıkçası, hareketli bir toplantı olacağı için Dolar açısından kritik geçecektir. Fed'in iyimser bir şekilde karşımıza çıkmasını bekleyebiliriz. Dolayısıyla bu durum mart ayında da gelişmekte olan ülke para birimleri üzerinde baskı oluşturabilir. TCMB'nin ise bu ay sıkı duruşunu korumasını bekliyoruz. Ocak ayındaki toplantısında bunu belirttiği için yeni bir hamleyle karşımıza çıkmayacaktır. Bu durumda, TL varlıklar açısından sakin bir toplantı geçebilir.

Şubat ayını ocak ayına göre daha zayıf geçiren gelişmekte olan ülke piyasaları içinde mart ayının hareketli geçmesini bekliyorum. Her ne kadar fon çıkışları şubat ayı içerisinde hızlanmış olsa bile mart ayında özellikle Fed'in toplantısına kadar bu GOP'lar temkinli seyredebilir. Belki, Dolar kaynaklı yine zor bir ay geçirebilirler. Ancak, şunu unutmamak lazım her bir ülkenin hikayesi ayrı ve son dönemlerde özellikle Çin ve Hindistan gibi ülkelerinde ön plana çıkmasıyla 2018 yılında da gelişmekte olan ülkelere yönelik cazibenin korunabileceğini söyleyebilirim.

SİGORTA TEKNOLOJİLERİ İÇİN ÜRETİM ZAMANI!

2017'de yükselen sigorta teknolojileri (Insurtech) 2018'de üretime geçecek! KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri ve Şirket Ortağı Sinem Cantürk, "Geleneksel yöntemleri teknolojiyle birleştiren sigorta devleri Insurtech firmaları olma yolunda ilk adımları attı. Bugüne kadar projeler geliştiren Insurtech girişimleri, 2018 yılında üretime başlayacak" dedi.



KPMG, Insurtech alanında yaptığı araştırmalarla sektörün geleceğini değerlendirdi. KPMG'nin küresel araştırmaları hakkında bilgi veren KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri ve Şirket Ortağı Sinem Cantürk, "Sigorta sektörüne çözümler sunmak amacıyla kurulan Insurtech adı verilen teknoloji şirketleri, sektörde bir dönüşüme yol açtı. Geleneksel yöntemlerle çalışan sigortacılık devleri artık Insurtech

girişimleriyle yaptıkları ortaklıklarla teknolojik dönüşüm yönünde adımlar atıyorlar. Son dönemde bu alanda hızlanan sektör oyuncuları 2017'de yükselişe geçti" dedi.

"Sektörde pilot projeler üretime göre ölçeklenerek 2018'de Insurtech'e ciddi bir ivme kazandıracak" diyen Cantürk, "2018 yılında teknolojilerin yarattığı avantajlara odaklanılacağını düşünüyoruz. Müşteri bağlılığı yaratan, riskleri minimize eden ve otomasyon yoluyla kaliteyi artıran teknolojilere sektörün ilgisi büyük. Ayrıca teknolojilerin sağladığı tasarruf fırsatlarının değerlendirilmesi adına da şirketleri yoğun bir çalışma dönemi bekliyor. Bu çerçevede baktığımızda 2018'in Insurtech çözümlerinin projelendirme aşamasından, üretim aşamasına geçiş yapacağı bir yıl olmasını öngörüyoruz" ifadesini kullandı.

Insurtech'de gelişimin temelini yatırımlar olduğunu dile getiren Cantürk, "Daha fazla sayıda firmanın ekosisteme geliştirici, yatırımcı gibi farklı rollerde katılmasını ve girişimlere yönelik kurumsal yatırımların 2018'de de artmaya devam etmesini bekliyoruz. Sigorta şirketlerinin desteği, Insurtech firmaları için aynı zamanda engin bir deneyim anlamına da geliyor. Bu nedenle kurumsal yatırımlar, sektörün gelişimi adına büyük önem taşıyor" dedi.

Cantürk şöyle devam etti:

"Bağlantılı sigorta kavramı, sigorta şirketini müşterinin günlük hayatının bir parçası haline getirmeyi amaçlıyor. Bu kavram tüketici odaklı sağlık monitörlerinden ve nesnelerin interneti özellikli araçlardan telematiğe kadar bir dizi teknolojiyi esas alıyor. Bu noktada Insurtech kavramı da değer kazanıyor..."

Dünyanın Insurtech merkezleri

Sinem Cantürk, KPMG'nin Küresel Insurtech Öngörülerini 2018 araştırmasından öne çıkan başlıkları şöyle yorumladı:

- Blockchain hareketliliğini sürdürüyor. 2017 yılı boyunca blockchain konsorsiyumları yükselişe geçti.



Sayıları giderek artan birçok firma blockchain alanında gelişim göstermeye devam ettikçe, konsorsiyumlar 2018'de de büyüyecek.

- Çok daha fazla sayıda ülke Insurtech merkezleri geliştirme adına çalışmalarını hızlandıracak. Singapur, Belçika, Bermuda ve Hindistan gibi farklı ülkeler, 2018'de gelişimleriyle öne çıkacak.
- Insurtech açısından 'hangi' teknolojinin popüler olacağı soruluyor. Tüm yeni teknolojiler (Telematik, Robotik, Sanal/Artırılmış Gerçeklik, Makine Öğrenimi ve Yapay Zeka, Nesnelerin İnterneti, Drone teknolojileri) ancak birlikte varolduklarında ve güçleri bir araya geldiğinde sigorta sektörü için Insurtech'i potansiyel gücüne ulaştırabilirler. Bu nedenle sigorta alanında kullanılabilecek tüm teknolojiler, sektörün dikkatini çekiyor.

Sigorta şirketleri yarışıyor!

Cantürk, 2018'de Insurtech'in yoğun ilgi göreceği sektörleri şöyle açıkladı:

- Sürücüsüz araçlar: Son aylarda ciddi yatırım yapılan sürücüsüz araçlar için düzenleyici kurumlar ve hükümetler son derece iştahlı. Geleneksel büyük sigorta şirketleri de, sürücüz araçlar ekosisteminin çözüm ortağı haline gelmek için büyük bir yarış içinde.
- Siber sigorta: Son zamanlarda gündeme gelen siber güvenlik sigortaları 2018'de de konuşuluyor olacak. Piyasadaki mevcut siber sigorta ürünlerinin henüz yetersiz, yüksek fiyatlı ve şirketlerin gerçek ihtiyaçlarını karşılayacak kapsama sahip olmaması nedeniyle Insurtech piyasası gelişim için fırsat yakalayacak.
- Havacılık ve drone: Niş bir alan olarak görülse de gelecekte ciddi bir büyüme yakalanacağı düşünülüyor. Örneğin hasar bölgelerinin ya da doğal felaketlerden etkilenmiş alanların uzaktan incelenmesi amacıyla kullanılan drone ve insansız hava araçları, sigorta şirketlerinin radarına girmeye başladı bile.

ABANK, AKTİF BÜYÜKLÜĞÜNÜ YÜZDE 18,2 ARTIRDI!



ABank, konsolide sonuçlara göre, toplam aktif büyüklüğünü bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 18,2 artırarak, 20,8 milyar TL seviyesine yükseltti. Bankanın kredileri yüzde 24,3 artarak, 14,6 milyar TL'ye ulaşırken; mevduat hacmi ise, yüzde 27,8 oranında artışla, 11,2 milyar TL'ye yükseldi. 2017 yılında bankanın öz kaynakları yüzde 33 artış göstererek 1,7 milyar TL'ye, net kârı ise 89 milyon TL'ye ulaştı.

2018 yılında The Commercial Bank'ın uluslararası itibarı ve gücünün yanı sıra, ABank'ın muhabir banka ilişkileri, yenilenen şube yapısı ve uzman çalışanları sayesinde; hizmet seviyesi, iş hacmi ve finansal sonuçlar anlamında çok daha iyi bir performans sergileyeceklerini vurgulayan Gür, sözlerini şöyle tamamladı: "2018 yılında, hissedarımızla oluşturduğumuz sinerjiyi artan bir ivme ile sürdürerek, hem Türk finans sektöründe hem de uluslararası bankacılık faaliyetlerinde çok daha güçlü ve etkili bir ABank göreceğiz. Önümüzdeki dönemde, etkin risk yönetiminden taviz vermeden, Türkiye'nin iş ve ticaret dünyasına katma değer sunarak, sürdürülebilir büyüme yolculuğumuzu devam ettireceğiz."

ALBARAKA TÜRK, 2018 YILININ İLK TERTİP KİRA SERTİFİKASI İHRACINI BAŞARIYLA GERÇEKLEŞTİRDİ!



Albaraka Türk, 2018 yılının ilk kira sertifikası ihracını başarıyla gerçekleştirdi. 95 gün vadeli, 135 milyon TL değerindeki ihracın getirisi dönemsel olarak yüzde 3,2664 oldu.

Türkiye'nin ilk katılım bankası Albaraka Türk, 2018 yılının ilk kira sertifikası ihracını başarıyla gerçekleştirdi. 125 milyon TL olarak hedeflenen kira sertifikası ihracı, yatırımcılardan gelen yoğun taleple birlikte 135 milyon TL olarak gerçekleşti. 95 gün vadeli 135 milyon TL değerindeki ihracın getirisi dönemsel olarak yüzde 3.2664 oldu. Albaraka Türk'ün kira sertifikası ihracına, bankalar, portföy yönetim şirketleri, yatırım şirketleri, sigorta ve emeklilik fonlarının yanı sıra, nitelikli yatırımcılardan yoğun ilgi gördü.

İhraç sürecini değerlendiren Albaraka Türk Genel Müdürü Melikşah Utku; "Yeni yılın ilk kira sertifikası ihracını başarılı bir şekilde tamamladık. Kira Sertifikası ihracımıza gelen yoğun talep bizi memnun etti. Bu yoğun ilgi, bankamızın sahip olduğu güveni ve gücü bir kez daha göstermiştir. 95 gün vadeli 135 milyon TL değerindeki ihracımızın getirisi dönemsel olarak yüzde 3,2664 oldu. 2018 yılının hem bizler hem de piyasalar açısından iyi ve verimli bir yıl olacağına inanıyoruz" değerlendirmesinde bulundu.

FİBABANKA, 167 MİLYON TL NET KÂR ELDE ETTİ!

Banka'nın 2016 yıl sonu itibarıyla 11,4 milyar TL olan toplam kredileri %32 artışla, 2017 yıl sonunda 15,1 milyar TL'ye ulaşırken, kredilerin toplam aktifler içindeki payı %75 olarak gerçekleşti. Aynı dönemde müşteri mevduatı toplam pasiflerin %58'ini oluşturarak 11,7 milyar TL'ye yükseldi.

2017 sonuçlarını değerlendiren Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert sonuçlardan memnun olduklarını belirtti: "Bankamız, orta ölçekli banka olma hedefine uygun olarak 2017 yılında da büyümesini istikrarlı bir şekilde devam ettirmiştir. Bu yıl dijitalleşme, tabana yayılma ve ürün çeşitliliğini arttırmaya odaklandık. İkinci çeyrekte KGF kredilerinin de etkisiyle özellikle KOBİ, Ticari ve Kurumsal kredilerde büyüdük. Önümüzdeki dönemde de KOBİ, Ticari ve Kurumsal kredilerin yanı sıra Mikro, Tarım ve Bireysel gibi daha yaygın müşteri ağına ulaşabileceğimiz segmentlerde büyümeyi hedefliyoruz. Mayıs 2017 başında yurt dışında halka arz yoluyla, Basel III uyumlu katkı sermaye niteliğindeki tahvil ihracımız gerçekleştirilmiş, İngiltere dahil olmak üzere Avrupa, Asya, Uzakdoğu ve Körfez ülkelerinden oluşan geniş bir coğrafyadan ihraç tutarının çok üzerinde gelen talep, uluslararası yatırımcıların Fibabanka'ya, Türk bankacılık sistemine ve Türkiye'ye duyduğu güvenin çok önemli bir göstergesi olmuştur. Benzer şekilde, Ocak 2018'de uluslararası piyasalarda ikinci ihraç gerçekleştirilmiş, 300 milyon dolar tutarında 5 yıl vadeli Eurobond ihracı büyük bir başarı ile tamamlanmıştır. Bu ihraçlarla daha da güçlenen özkaynak tabanımız ve uzun vadeli fonlama kaynaklarımız, ilerleyen dönemlerde de Bankanın büyümesine katkıda bulunacak, Türk ekonomisine verdiğimiz desteğin artarak devamını sağlayacaktır."



ŞEKERBANK YÜZDE 32 BÜYÜDÜ!

31.12.2017 tarihli konsolide olmayan mali tablolarını açıklayan Şekerbank T.A.Ş.'nin aktif büyüklüğü son bir yılda yüzde 32 artışla 31,3 milyar TL'ye ulaştı. Toplam kredi hacmini yıllık yüzde 17 artışla 20,7 milyar TL'ye ulaştıran Şekerbank, en yüksek büyümeyi KOBİ kredilerinde gerçekleştirdi. Şekerbank'ın 2017 yılsonu net kârı 115 milyon TL olarak gerçekleşirken toplam özkaynakları aynı dönemde yüzde 7 artarak 2,7 milyar TL'ye ve sermaye yeterlik rasyosu yüzde 15,4 seviyesine ulaştı. Anadolu'daki köklü mevduat tabanını kuvvetlendirmeye devam eden Banka'nın mevduat büyüklüğü ise yıllık yüzde 22 artışla 2017 yılsonu itibarıyla 19,7 milyar TL'ye ulaştı.

Şekerbank Genel Müdürü Servet Taze, Banka'nın 31.12.2017 tarihli solo bilançosuna ve 2017 faaliyetlerine ilişkin değerlendirmede bulundu. Taze şöyle konuştu: "Reel sektörün desteklenmesi amacıyla Kredi Garanti Fonu'nun işlerliğinin artırılması başta olmak üzere ekonomi otoritelerince atılan pozitif adımların da desteğiyle 2017 yılında da üretime, ihracata ve yatırıma dayalı büyümeyi finanse etmeye devam ettik. Kurulduğumuz günden bugüne önceliğimiz olan Anadolu'da KOBİ, esnaf ve çiftçilere ulaşmayı sürdürdük. 65 yıla varan Anadolu Bankacılığı uzmanlığımız doğrultusunda, 2017 yılında stratejik odağımız olan KOBİ kredilerinde yüzde 24 büyüme sağladık. Üretime olan desteğimizi sürdürmek için KOBİ'lerimize ve çiftçilerimize alternatif çözümler sunmaya devam ediyoruz."

2017 yılında yine Anadolu'da tasarruf sahiplerinin değişmeyen adresi olmayı sürdürdüklerini belirten Taze, "Banka olarak aynı zamanda kaynak çeşitliliği de sağladık. 2017 yılının son günlerinde çıktığımız ve planlanan arz tutarının yüzde 20 üzerinde bir taleple 300 milyon TL olarak gerçekleşen sermaye benzeri tahvil ihracı Türk Lirası'na ve Bankamızın köklü marka değerine olan güvenin önemli bir teyidi oldu" dedi.



ENDÜSTRİYEL DEVRİM KAPIYI ÇALIYOR!

KPMG Türkiye, Endüstriyel Üretim Sektörel Bakış 2018 raporunu hazırladı. Değişim rüzgarlarının estiği endüstriyel üretim sektörü, 'Endüstri 4.0' olgusunun üzerine yoğunlaşıyor.



KPMG Türkiye Endüstriyel Üretim Sektör Lideri Hakan Ölekli, "Türkiye'de 5,5 milyon kişinin istihdam edildiği endüstriyel üretim sektörü kabuk değiştiriyor. 2020 yılında 1,8 milyon işi ortadan kaldıracağı tahmin edilen 'Endüstri 4.0' ile birlikte 2,3 milyon farklı meslek doğacak. 2018 yılı da bu olgunun hızla geliştiği bir sene olacak. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2017'de kurulan 'Sanayide Dijital Dönüşüm Platformu' endüstriyel devrime Türkiye'yi hazırlamayı amaçlıyor" dedi.

KPMG Türkiye, Endüstriyel Üretim Sektörel Bakış 2018 raporuyla, sektörün 2017 performansını inceledi, 2018 yılını değerlendirdi. Endüstriyel üretim sektöründe, 'Endüstri 4.0' olgusunun her geçen gün daha da güçlendiğini belirten KPMG Endüstriyel Üretim Lideri Hakan Ölekli, "Türkiye'de 5.5 milyon kişinin istihdam edildiği endüstriyel üretim, 'Endüstri 4.0'ı artık daha yüksek sesle konuşuyor. 2020 yılına kadar 'Endüstri 4.0'ın etkisiyle 1,8 milyon işin ortadan kalkması ve 2,3 milyon farklı mesleğin doğacağı konuşuluyor. Bu pencereden incelediğimizde Türkiye'de sektörün kırılma noktasına yaklaştığını görüyoruz. 2017'de yaşanan politik ve makro ekonomik gelişmelerin yanında yıkıcı teknolojilerin yükselişi, dönüşüme ayak uydurmakta zorlananların sıkıntı yaşayacağını gösteriyor. Bu sorunların önüne geçmek adına 2017'de T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 'Sanayide Dijital Dönüşüm Platformu' kuruldu. Bu platformun, Endüstri 2.0 ile 3.0 arasında konumlanan Türkiye'deki

endüstriyel üretim tesislerinin gelişmesini planlıyor" dedi.

Sektör raporundan ön plana çıkan rakamlar ve notlar şöyle:

- 2017 yılında, 2016 yılı üçüncü çeyreğinde yaşanan daralmanın ardından sektör toparladı ve GSYH'yı da beraberinde yukarı çekti. Üretimdeki büyümenin etkisiyle 2017'nin birinci ve ikinci çeyreği bir önceki yılın aynı dönemlerine göre sırasıyla yüzde 5,3 ve 5,4 arttı. GSYH, 2017'nin üçüncü çeyreğinde 11,1 değerinde gerçekleşti. Bu değerinde yüzde 15,2 büyüyen üretim sanayisi başroldeydi.

Endüstri 4.0 ile bin farklı ürün milyonda 12 hatayla üretiliyor!

- Akıllı robotlar, Büyük Veri, Nesnelerin İnterneti, 3D baskı ve bulut gibi gelişmelerle 'Endüstri 4.0' olgusu güçlendi. 'Endüstri 4.0'ı sadece teknolojik yatırım olarak görmek konuyu küçümsemek anlamına geliyor. Basit bir anlatımla fabrika içerisinde birbirine bilgi veren robot-makinelerin iletişimi verimliliği artırırken hata olasılığını düşürecek. 2020 yılına gelindiğinde yapay zeka yalnızca 1,8 milyon işi ortadan kaldırırken ortaya 2,3 milyon farklı iş çıkaracak olumlu bir sistem halini alacak.

- Endüstri 4.0 konseptinin öncü firması olarak kabul edilen Siemens'in Amberg fabrikasının 10 bin m²'lik üretim alanında iş süreçlerinin yüzde 75'i makineler ve

bilgisayarlarla yürütülüyor. Fabrikada 1000 farklı ürün, milyonda 12 hatayla üretiliyor.

Türkiye, 'Endüstri 4.0' için hazırlıklara başladı!

- Teknoloji büyük bir hızla geliyor. 'Endüstri 4.0' Türkiye endüstriyel üretim sektörü için kritik bir kırılma noktasına işaret ediyor. 2017'de yaşanan politik/ makroekonomik gelişmeler ve yıkıcı teknolojilerin yükselişi şu mesajı veriyor: Dönüşüme ayak uyduramayanları sıkıntılı bir süreç bekliyor.

- Bu mesajı net bir şekilde alan hükümet 2017'de yatırımlara başladı. Ülkemizde Endüstri 4.0 alanında, T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından önemli bir adım atıldı ve "Sanayide Dijital Dönüşüm Platformu" kuruldu. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türkiye ihracatçıları Meclisi (TİM), Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD), Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED) ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) gibi kuruluşların görev alması planlanan platform, yeni endüstriyel üretim devrimine hazırlık düzeyini artırmayı amaçlıyor.

- 'Endüstri 4.0' yolculuğunda Türkiye'yi uzun bir yol bekliyor. Bugün, Türkiye'deki endüstriyel üretim tesislerinin büyük bir çoğunluğu, süreçlerinde otomasyonu kullanmaları noktasında değerlendirildiklerinde Endüstri 2.0 ile 3.0 arasında bir konumda bulunuyor.

- 2018'de sektörün önündeki en önemli fırsatlardan birisi yerli otomobil... TOBB ve Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı girişimiyle kurulan 'Otomobil Yerli Üretim Ortak Girişim Grubu'nun 2019'da Türkiye'nin yerli otomobil prototipini oluşturması ve 2021'de yerli otomobili satışa sunması endüstriyel üretim sektörü için gelişim fırsatları yaratıyor.

2017'de kapasite kullanımı aşıldı!

- 2016 yılında endüstriyel üretimde kapasite kullanım oranı ortalaması yüzde 77,39 olarak belirlenmişti. 2017 yılının Kasım ayı verilerine göre kapasite kullanımında yüzde 78,48'le geçtiğimiz yılın ortalaması aşıldı. İhracatta yaşanan pozitif iyileşme ve iç tüketimdeki artış, bu olumlu tabloyu yarattı.

Sektör, istihdamın yüzde 18,8'ini karşılıyor!

- TÜİK'in açıkladığı rakamlarda, Türkiye'de Eylül ayı itibarıyla 28 milyon 797 bin kişi istihdam ediliyor. 5,5 milyonu aşan istihdam rakamıyla endüstriyel üretim

sektörü, toplam istihdamın yüzde 18,8'ini oluşturuyor. - Üretim sektöründe istihdam edilen 5,5 milyon kişinin 5 milyona yakını üretim 282 bini elektrik, gaz, su temini ve kanalizasyon, 150 bini ise madencilik ve taş ocağı alt sektörlerinde görev yapıyor.

Sektörde ihracat yüzde 12,8 arttı!

- TİM verilerine göre sektörün ihracatı yüzde 12,8 oranında arttı. 2017'de 121 milyar 392 milyon dolar ihracat gerçekleşti. 2016'da ise 107 milyar 600 milyon dolar rakamına ulaşılmıştı.

- Türkiye, 2017 genelinde 156 milyar 782 milyon dolarlık ihracat yaptı. 121 milyar 392 milyon dolarlık performansıyla endüstriyel üretimin toplam ihracattaki payı yüzde 77'yi aştı.

2017'de yatırım tavan yaptı!

- 2016 yılında tüm sektörler 97 milyar 961 milyon TL yatırım alırken, üretim sanayisi 24 milyar 95 milyon TL yatırım almıştı. 2017'de ise 177 milyar 899 milyon TL yatırım gerçekleşti. Üretim sanayisi yatırım tutarı 39 milyar 279 milyon TL oldu. Böylece sektöre yatırım bir önceki yıla göre yüzde 60,5 arttı.

- 2016'da sektöre yönelik yatırım teşvik belgelerinin toplamı 1.793 oldu. 2017'de ise 2.899 adet teşvik belgesi verildi.

- Son dört yıl incelendiğinde ilk üç sene belge adedi ve yatırım tutarlarında büyük farklar oluşmazken, 2017'de son dört yılın en yüksek rakamlarına ulaşıldı.

Doğrudan yabancı yatırımlar düşüşe geçti!

- Doğrudan yabancı yatırımlar azaldı. 2016 yılı toplamında 7,5 milyar dolar olan doğrudan yabancı yatırımı, 2017'nin ilk 10 ayında 5,4 milyar dolar olarak gerçekleşti.

- Endüstriyel üretim sektörü 2017'nin ilk 10 ayında doğrudan yabancılardan 983 milyon dolar yatırım aldı ve yabancı yatırımların yüzde 18,1'ini oluşturdu.

- Son 10 yılda en düşük yabancı yatırım tutarı 2010 yılında 924 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. Bu rakamların ışığında 2017, son 10 yılda uluslararası doğrudan yatırım girişlerinin en az olduğu ikinci yıl olarak tamamlandı.

- Yabancı yatırımların azalmasında küresel ekonomilerde yaşanan sorunlar ile Türkiye'nin içinde bulunduğu zorlu jeopolitik ve makroekonomik sıkıntılar rol oynuyor.

GÜÇLÜ BİR İŞVEREN MARKASI YARATMANIZ İÇİN 7 GEÇERLİ SEBEP!

Türkiye'deki yetenek kazanımına yenilikçi bir yaklaşım getiren online kariyer platformu Toptalent.co, günümüzde en iyi yetenekleri tanımlamak, onları şirkete çekmek ve şirkette tutmanın en güçlü yolunun işveren markasına yatırım yapmak olduğunu aktarıyor.



Genç profesyonel ve yeni mezunları en iyi şirketlerle buluşturan Toptalent.co, şirketlerin daha fazla sayıda ve daha yetenekli adayı çekmesi, yeteneklerle etkileşim kurması ve işe alması için güçlü bir işveren markası yaratmalarına yol gösterecek pratik bir rehber yayımladı: "İşveren Markası Rehberi"

Career Builder'ın yaptığı araştırmaya göre güçlü bir işveren markası olan şirketler, aynı sektördeki rakip şirketlere göre yetenekleri çekmede 3,5 kat daha başarılı oluyor. Şirketi özel bir çalışma yerine çeviren değerleri ortaya çıkarmak ve vurgulamak, rekabetten ayrılmak ve şirketi insan odaklı hale getirmek en iyi yetenekleri kendine çekebilmek noktasında önemli bir rol oynuyor.

Bugünün yetenekleri sadece şirkete uygun muyum diye sormuyor, ilaveten şirket bana uygun mu sorusunu da soruyorlar. Şirketin kültürünü, birlikte çalışacağı insanları, şirket çevresini, kariyer basamaklarını ve her gün gidip geleceği işinin neye benzeyeceğini merak ediyorlar. Günün sonunda başvuru yapacağı şirketi seçerken, o şirketi ve kültürünü ne kadar anladığı ve sevdiğine göre başvuru yapıyorlar. Bu sebeple işveren markası bir lüks olmaktan çıkarak şirketler için bir ihtiyaç haline geliyor.

Toptalent.co'nun yayımladığı "İşveren Markası Rehberi"nde şirketlerin neden güçlü bir işveren markasına sahip olması gerektiği şöyle aktarılıyor:

1. Daha Yetenekli Adayları Çekme

Güçlü işveren markası olan şirketler yetenekleri daha az zaman ve maliyetle çekerler. Yetenekler şirketi ve değerlerini zaten bildiklerinden, kendisiyle şirket arasındaki uyumu hissederler. Terside doğrudur, iyi iletişimi yapılan işveren markası şirketle uyumlu





olmayacak adayları uzak tutar, bu da ilgisiz adayları ayırtmak için harcanacak zamanı azaltır, tasarruf sağlar.

2. Daha Fazla Pasif Aday Çekme

Güçlü inşa edilmiş bir işveren markası aktif iş arayışında olmayan ancak ilerleyen dönemde yeni bir arayışa girecek adayları çekmekte de etkilidir. CLC (Corporate Leadership Council) tarafından yapılan global bir araştırmaya göre, etkili bir işveren markası olan şirketler daha geniş bir yetenek havuzuna sahip durumdadır. 90 Şirketten 58.000 kişiyle yapılan çalışmada, iyi yönetilen bir işveren markası olan şirketler işgücü havuzunun %60'ına erişebiliyorken yönetilmeyenlerde bu oran %40.

3. İşten Ayrılma Maliyetinde Düşüş

Mülakat ve işe alım sürecinde beklentileri doğru yönetmeyen şirketler, günün sonunda yüksek ayrılma oranlarının maliyetine katlanmak zorunda kalırlar. İşten ayrılan adayların %35'i neden olarak şirketin kendisini gösteriyorlar.

4. Daha Düşük İşe Alım Maliyeti

Adaylar, güçlü ve etkili şekilde iletişime taşınmış bir işveren markasına sahip şirketlere başvuru yapmayı daha öncelikli olarak düşünürler. Bu doğru yeteneğe erişmek için harcanan zaman anlamında ve iş ilanının iletişimi anlamında tasarruf anlamına geliyor.

5. Mutlu Çalışanlar

Çalışanlar kendilerini geliştirdikleri, katkılarının takdir edildiği, çabalarının görüldüğü şirketlerde daha mutlu

ve verimli çalışırlar. Mutlu çalışanlar, mutlu ürünler ve hizmetler sunarlar ve bu mutluluk halkası son kullanıcıya (tüketiciye) kadar iner. Başarının bunları takip edeceğini söylemeye gerek dahi yok.

6. Şirket Fanatizmi

Şirketini ve işini seven çalışanlar bunu çevreleriyle de paylaşırlar. Mutlu çalışanlar hem ticari anlamda hem de şirkete yeni yetenekler kazandırma eşsiz araçlar olabilirler. Şirketi bilen çalışanlar, şirketin nasıl çalışanlar istediğini de bildiklerinden bu anlamda eşsiz araçlar olabilirler.

7. Asıl Önemlisi

İşveren markası gücüyle finansal performans arasında çok güçlü bir ilişki bulunuyor. Fortune'un yaptığı bir araştırmaya göre, çekici işveren markası olan şirketler, finansal olarak da öne çıkıyorlar. Soyut bir varlık olarak çalışanlarla kurulan güçlü bağlar, uzun vadede şirketin değer zincirinde net şekilde etkisini gösteriyor.



KARTVİZİT DEĞİL, DENEYİM ÖNEMLİ!

Best Workplaces for Millennials araştırmasına göre, yaptığı işte anlam bulamayan Y nesli çalışanlarının sadece yüzde 29'u verimli olabiliyor.



Araştırma bulguları, bu kuşağın iş değiştirme olasılığının diğer nesillere göre 3 kat daha fazla olduğunu gösteriyor.

Y kuşağının çalışma hayatındaki etkisinin arttığı, şeffaflığın giderek yaygınlaştığı dijital bir dünyada yaşıyoruz. Daha üretken, daha verimli ve daha keyifli bir iş deneyimi yaşamak isteyen bu neslin işe bakış açılarını analiz etmek üzere "Best Workplaces for Millennials" araştırmasını gerçekleştiren Great Place to Work Enstitüsü, analiz sonuçlarını açıkladı. İşlerinde yaşadıkları fiziksel, duygusal, profesyonel ve finansal durumlar dahil olmak üzere her gelişmeyi hayatlarının tümünü etkileyen bütüncül bir deneyim olarak gören bu nesil, sözlerden çok yaşadıkları tecrübelerle itibar ediyor.

Samimiyeti deneyimlediklerinde 8 kat daha verimliler!

Küresel çapta 400 bin Y kuşağı çalışanının dahil edildiği araştırmada, çalışanlar arasında eşitliğin sağlanmasında belirleyici bir faktör olan güven duygusunun Y kuşağını daha fazla etkilediği ortaya çıktı. Araştırmadan elde edilen bilgilere göre, Y kuşağı için deneyimler, onlara verilen unvanlardan ve sözlerden daha inandırıcı. Bu nesil, yöneticilerin iş-hayat dengesinden bahsetmelerinden ya da yönetimin şeffaflığından söz etmelerini değil, bu değerleri günlük çalışma deneyimlerinde görmeyi talep ediyor. Bu taleplerin

karşılandığı iş yerlerinde Y kuşağı, çeviklik ve yenilikçilik konularında 8 kat daha verimli oluyor.

Yüzde 60'ı yeni bir iş arıyor, yüzde 21'i bir sene içinde işini değiştiriyor!

Araştırmadan elde edilen verilere göre, yaptıkları işte anlam bulamayan Y kuşağı çalışanlarının yüzde 60'ı yeni bir iş fırsatı arıyor, yüzde 21'i bir sene içinde işini değiştiriyor. Bu jenerasyonu anlayamamak önemli bir iş gücü kaybına neden olurken, bu nesle yönelik strateji belirlemeyen işletmeler, yenilikçiliği ve dinamizmi kaybetme riski ile yüzleşmek durumunda. Araştırma sonuçlarına göre bu durum, şirketler için ekonomik yönden tehdit edici bir unsur.

Güven duygusu varsa yüzde 89'u çalıştığı şirkette kalmayı planlıyor!

Yüksek güven kültürünün tüm jenerasyonlar üzerinde olumlu bir etkisi olduğuna ancak bu etkiyi Y kuşağında daha yüksek seviyede gözlemlediklerine dikkat çeken Great Place to Work Türkiye Genel Müdürü Eyüp Toprak, araştırmaya ilişkin şunları aktardı: "Güven kültürünü inşa eden işletmelerde çalışan Y kuşağının yüzde 89'u çalıştıkları şirketlerde uzun süre kalmayı planlıyor. Bu nesil iş yerinde faydalı olmak, işlerine değer katmak eğiliminde. Araştırmamız bir fark yarattığını düşünen bu kuşağın, diğer çalışma arkadaşlarına göre mevcut iş yerinde 19 kat daha uzun bir gelecek planladıklarını gösteriyor."



TÜRKİYE’NİN EN BÜYÜK ŞİRKETLERİNİN ÖNCELİĞİ YETENEĞİ ÇEKMEK!

KornFerry Seçme ve Yerleştirme Araçları Raporu’nun son verileri Türkiye ekonomisinin önde gelen şirketlerinin İK stratejilerindeki önceliğin yetenekleri çekmek olduğunu gösterdi.



KornFerry Seçme ve Yerleştirme Araçları Raporu Türkiye’nin en büyük şirketlerinin İK politikasına ilişkin önemli ipuçları verdi. Türkiye’nin en büyük 210 şirketi ve kurumun İK yöneticilerinin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmaya göre Talent Q kişilik envanteri ve genel yetenek testleri aracılığıyla işe alım yapan şirketlerin yeni dönemdeki temel önceliği yetenekleri çekmek.

Araştırmaya katılan şirketler insan kaynakları stratejilerindeki odağın, yeteneği çekmeye ve elde tutmaya yönelik olduğunu ortaya koydu. Kurum kültürüne, departmanın ve rolün ihtiyaçlarına uygun yetkinliklere sahip çalışanları organizasyona dahil edecek ve olumlu aday deneyimi ile iş veren markasını destekleyecek etkin işe alım süreçleri tasarlamak, organizasyonların gündeminde önemli bir yer tutuyor.

Organizasyonların 2018 döneminde odaklanacağı alanlar arasında; Yeteneği Çekmek, Performans Yönetimi, Gelişim ön plana çıkıyor. Araştırmaya katılan İK yöneticilerinin yüzde 53,5’i İK stratejilerinin ana teması arasında yetenek çekmenin öncelikli olduğunu düşünüyor. Öncelikler arasında ikinci sırada yüzde 49 ile performans yönetimi, yüzde 46,5 ile gelişim geliyor. Bu süreçleri ortak bir dil ile yönetmek ise öncelikli gündemler arasında yer alıyor.

Süreç ve sistemlerini geliştirme konusunda yol kat etmiş ve dijitalleşen kanalları etkin şekilde kullanmaya başlayan organizasyonlar, yeni kuşağın beklentilerinin de etkisi ile yeteneği; işe alımdan, iş sonuçlarına katkısının ölçümüne ve gelişimine kadar bütünsel bir bakış açısı ile yönetmeye öncelik veriyor.

İşe alımlarda yetkinlik bazlı değerlendirmeler öne çıkıyor!

Bu öncelikler işe alım süreçlerinde de bazı tercihlerin öne çıkmasına yol açıyor. İşe alım süreçlerinde kullanılan araçlarda diğer seçeneklerle kıyaslandığında yetkinlik bazlı mülakat ve değerlendirmeler ile kişilik envanterleri büyük bir çoğunluk tarafından tercih ediliyor. Yetenek testleri de katılımcıların yaklaşık yarısı tarafından kullanılmaya devam ediyor.

Organizasyonda ortak bir dilin kullanılmasını sağlayan yetkinlik modellerinin yaygınlaşması ile beraber, organizasyonun yetkinliklerine özgü olarak oluşturulmuş, hızlı ve standardize edilmiş, online ölçüm yöntemlerine duyulan ihtiyaç giderek artıyor. Organizasyonun kendi yetkinlik modelini uyarlamasına olanak sağlayarak, yatkınlığı ölçümleyen kişilik envanterleri; işe alımdan gelişime kadar pek çok İK sürecine bütünsellik getiriyor.

Araştırma kişilik envanterinin organizasyonlarda kullanım sıklığına da ışık tuttu. Buna göre araştırmaya katılan yöneticilerin yüzde 72,4’ü işe alımlarda, yüzde 38,6’sı ise terfilerde kişilik envanterinden faydalandıklarını belirtti. Yöneticilerin yüzde 29,1’i kişisel gelişim, yüzde 28,4’ü de yetenek havuzunu belirlemede bu envanterlere başvurduklarını belirtti.

Organizasyonlar, envanter seçerken bilimsel alt yapısı olan araçlar kullanmayı önemsiyor. Bunun yanı sıra, kolay anlaşılabilir raporlar, aynı envanterin farklı süreçler için kullanılabilmesi ve şirket kültürüne uyarlanabilir olması da psikometrik ölçüm yöntemine karar verirken dikkat edilen diğer konulardan oldu.

Organizasyon içinde ortak bir dil yaratmak amacıyla, şirketlerin aynı envanteri farklı süreçler için kullandığı görülüyor. Farklı araçlar tercih etme nedenleri arasında ise insan kaynaklarının farklı süreçlerinde kullanılabilecek araçların eksikliği gösteriliyor.

TÜRKİYE DÜNYANIN DİJİTAL ÖDEME BAŞKENTİ OLABİLİR!

Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, ödeme teknolojileri ve online ticaretle ilgili girişimlere yabancı yatırımcının ilgisinin son yıllarda arttığını ifade etti.



Finansal teknolojilere yapılan yatırımların 2018'de de hız kesmeden devam edeceğinin öngörüldüğünü belirten Çiğdemli, "Bu ivme e-ticaret ekosistemini de kamçılıyor. Türkiye dünyanın dijital ödeme başkenti olabilir" dedi.

2017 yılında en çok finansal teknoloji girişimlerine yatırım yapıldığını belirten Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, fintech'in hızlı yükselişinin 2018'de de devam edeceğinin öngörüldüğünü aktardı. Finansal teknolojilerin e-ticaret ekosistemini kamçıldığını söyleyen Çiğdemli, ödeme teknolojileri

ve online ticaretle ilgili girişimlere yabancı yatırımcının ilgisinin son yıllarda arttığını ifade etti.

FINTECH EKOSİSTEMİ E-TİCARETİ DE KAMÇILIYOR!

Son raporlara göre Türkiye fintech ekosistemindeki işlem değerinin 16 milyar doları geçmiş olduğunu hatırlatan Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, "Geçtiğimiz yıl fintech yatırımları yüzde 175 büyümüştü. Dijital bankacılık, elektronik para, mobil, bulut tabanlı temassız ödemeler ve Nesnelerin İnterneti teknolojilerine ilgi artıyor. 2018'de de bu yükseliş devam edecek. Tüm bu teknolojik ilerlemeler e-ticareti kamçılıyor. E-ticaret Türkiye'de her yıl yüzde 30-35 civarında büyüyor. Japonya, Almanya ve Fransa'yı sollamış durumdayız. Artık telefon hattı üzerinden bile ödeme yapılabilir. Kredi kartsız çeşitli mobil ödeme uygulamaları geliştirilmeye devam ediyor. Tüm bunlar e-ticaret hacmini arttırdığı gibi perakendeye de olumlu yönde yansıyor. Türkiye dünyanın dijital ödeme başkenti olabilir" dedi.

YABANCI YATIRIMCININ TÜRK GİRİŞİMLERİNE İLGİSİ ARTTI!

E-ticaret ve fintech girişimlerine yabancı yatırımcı ilgisinin de gitgide arttığına işaret eden Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli sözlerini şöyle sürdürdü: "Earlybird Ventures Capital, Hummingbird Ventures, General Atlantic, ePlanet Capital, Tiger Global, 500 Startups ve Startupbootcamp gibi girişim sermayesi fonları Türkiye'de yatırımlarını her geçen yıl arttırıyor. Fonlanan veya satın alınan birçok Türk e-ticaret sitesi, başarı hikayeleri var. BKM ve BDDK fintech ekosistemini önemsiyor ve destekliyor. 'Türkiye Fintech Ekosistemi' raporuna göre dijital ödeme, mobil bankacılık, varlık yönetimi, borç verme ve Blockchain dünyada yatırım çeken öncelikli alanlar. Türkiye'de ise B2B ve B2C alanlarında genellikle ödemeler, mobil bankacılık, varlık yönetimi, sermaye piyasaları ve dijital para birimi alanları daha fazla öne çıkıyor. Ülkemizde fintech ekosisteminde daha çok ön ödemeli kartlar, cüzdan uygulamaları, ödeme takibi, offline ödeme, para transferi, indirim ve sadakat kartları ile bütçe yönetimi, tahsilat, POS yönetimi, ön muhasebe, VPOS, yazarkasa, bankacılık yazılımları ve kredi skorlama gibi alanlarda faaliyet gösteren firmalar yer alıyor."

DÜĞÜN SEZONU GELMEDEN ALTIN YATIRIMLARIMIZA BAKALIM...

// Gram altında yaklaşık 2 ay gibi bir süredir, 160 TL altındaki seyirleri pek fazla göremiyoruz. Bu durum bize Gram altın 160 TL üzerine yerleşti mi sorusunu getiriyor. Bu soruya gram altında teknik değerlendirme yapmadan önce, bu enstrümanın içinde yer alan iki çarpana bakarak değerlendirme yapmak daha uygun olacaktır. Gram altın, Dolar/TL ve Ons altın fiyatlarının çarpımından elde ediliyor. Dolar/TL'de biz Şubat ayı içerisinde en düşük 3.7158 seviyelerini görsek dahi, Afrin operasyonuna yönelik gelişmeler ile 3.8525 seviyesini de gördük. Fakat yurt içi piyasalarda bu gündemin risk algısında önemli bir bozulma yarattığını söyleyemiyoruz. Bu nedenle kurda TL kaynaklı zayıf görünümün etkisi oldukça sınırlı kaldı. Dolar ise küresel piyasalarda son 3.5 yılın en düşük seviyesine geriledi fakat bu durum kurda 3.70 altındaki seyirleri bizlere pek göstermedi.

Mart ayı içerisinde, 7 Mart tarihli TCMB, 21 Mart tarihli Fed toplantısı, 23 Mart tarihindeki geçici bütçenin son günü değerlendirmeye alındığında açıkçası gelecek ayın biraz hareketli kalabileceğini belirtelim. Powell'a yönelik algının şahin kalması, özellikle de üyelerin enflasyon konusunda cesaret verici söylemlerde bulunması, 2018 yılı içerisindeki üç faiz artırım beklentisinin üzerinde ihtimalleri piyasada ki notlar arasına alınıyor. Şimdilik, 3 faiz artırımını üzerinde bir beklentinin fiyatlandığını söyleyemeyeceğim. Fakat 21 Mart toplantısında alınacak mesajlar, piyasalardaki algının şekillenmesine ve yeni bir fiyatlama sürecine girilmesine neden olabilir. TCMB'den ise faiz konusunda bir hamle beklememekle birlikte, metinde oluşabilecek değişikliklere karşı dikkatli olunacak. Bu akışların geneli değerlendirince kur beklentim 3.7360 – 3.8200 arasında oluştuğunu söyleyebilirim. 3.8200 üzerindeki seyirlerin kalıcı hale gelmesi ay içerisinde piyasanın 3.85 üzerindeki fiyatlama konusuna neden olabilir.

Ons altın ise, ABD endekslerinde yaşanan çöküş, Doların son 3.5 yılın en düşük seviyelerine gerilemesi ile 1362\$ seviyesine kadar yükseldi. Bu seviyelerin üzerine çıkaracak güçlü bir nedeni konuşmuyor olmamız kıymetli metalin bu noktadan realize olmasını sağladı. Ay içerisinde doların Fed kaynaklı güçlenmesini beklersek açıkçası altında 1300\$ - 1312\$ alanının kritik bir destek bölgesine işaret ettiğini söyleyebilirim. Geçici bütçe konusunun piyasalarda sert bir fiyatlama



İntegral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Analisti Aylin Cevizci

yaratacağını söylemek zor. Gelişmelerin yine de bir hareketlilik yaratması beklenebilir. Yukarıda ise 1362\$ seviyesi kritik ve temel nedenler güçlü olmadığı müddetçe ons altının bu seviye üzerindeki seyri çok kalıcı olmayabilir.

Bu bilgiler ışığında gram altın fiyatlarını değerlendirelim. Gram altın, 160 TL seviyesini tepki alımlarında kullanmaya devam ediyor fakat 165 TL üzerinde de çok kalıcı değil. Burada teknik analiz vererek altın yatırımcısını düğün sezonu gelmeden aydınlatmak istiyorum. Bahsettiğim iki çarpanın fiyat gelişmelerine dair bir matematiksel hesap yapınca gram altında 160 TL seviyesinin alımlarda uygun olabileceğini düşünüyorum. Bu alımlar hem kısa hem de orta vade için değerlendirilebilir. Bu seviyenin altına uzamaların kaçırılmaması gerektiğinin de altını çizelim. Yukarı da ise 165 TL üzerinde kalıcı bir görünüm oluşmadıkça bu noktalar satış fırsat sunabilir. Fakat uzun vadede gram altını elinde bulundurmak isteyenlerin getiri imkânının bir miktar daha artabileceğini ön görebiliriz. Sonuç olarak, düğün sezonu gelmeden alalım mı sorusuna açıkçası düşüşlerin alımda uygun olduğunu ve haziranda diğer Fed toplantısına kadar Dolardaki algının değişebileceğini düşündüğümüzde alınacak stratejilerde geç kalınmamasında fayda var.

2018 YILI DİJİTAL İLE PARLAYACAK!

İnternet kullanım ağının gelişmesi ile dijital dünyanın sağladığı avantajları etkin şekilde kullananların açık ara önde olduğu günümüzde, gelişmeler hız kesmeden devam ediyor.



48 milyon internet kullanıcısının önemli bir kitleyi oluşturmasıyla birlikte markalar, dijital gücün kapsama alanı içerisinde yer almak istiyor. Reklam yatırımları ve şirket içi süreçlerde daha etkin bir kullanım alanı bulan dijital sayesinde dünyaya ayak uydurmak kolaylaşıyor.

İnternet kullanıcılarını satın almaya çok daha yaklaştıran, en doğru ortamda markanın mesajını doğrudan vermeyi sağlayan etkin mecra olarak karşımıza çıkıyor. İnternetin etkin rol oynadığı dijital reklamcılık sayesinde doğru mesajla, doğru zamanda, doğru kişilere erişim sağlanıyor.

Geleneksel reklamlara göre daha fazla esneklik sağlayan dijital reklamların nasıl performans gösterdiği gerçek zamanlı olarak takip edilebiliyor. Dijital reklam yatırımları, Türkiye’de 2017 döneminde yüzde 14,6 oranında büyüme göstererek 1.063 milyon TL’ye ulaştı. Bu da, sektörün gücünü ortaya koyuyor.

Her gün bir ‘yenilik’

Dijital dünyada nefes alan, internet kullanımı sayesinde ihtiyaç duyduğu her türlü bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilen 7,6 milyar insanın yaşadığını belirten CRM Medya Ajansı Başkanı Ramazan Becer, “Dijital dünya her yeni gün başka bir gelişme ile kendisinden söz ettiriyor. Her yıl farklı bir trend ile

hızla gelişim gösteren dijital sayesinde dünyaya parmaklarımızla dokunabiliyoruz. Yapılan araştırmalar internette günde 6 saat 46 dakika zaman geçirdiğimizi gösteriyor. Dijital reklamlar hedef kitleye ulaşmada etkin bir mecra konumunda. Markalar kendi dijital stratejilerini belirleyerek hedef kitleye daha fazla yakın olma çabası içerisinde. Bu nedenle dijital pazarlamanın öneminin farkında olmalıyız. Dijital pazarlamanın geliştirilmesi ve uygulanması için daha fazla finansal kaynak ayırmalı ve planlamalarımızı bu doğrultuda yapmalıyız. Dijital reklam yatırımları Türkiye’de 2018 döneminde de hız kesmeden büyüme göstererek, sektöre güç katmaya devam edecek. Dijital gücümüze güç katacak.”



BES'İN EN BÜYÜK SORUNU ERKEN AYRILMA!

KPMG Türkiye, 19 BES şirketinin 61 milyar TL fon tutarına ulaştığı Türkiye Bireysel Emeklilik Sistemi'ni incelediği raporun ikincisini yayımladı. Rapora göre 2016 sonu itibarı ile sistemdeki sözleşmelerin ortalama kıdemi 3,4 yıl.



Ekonomik koşullara paralel olarak bireylerin sistemden erken çıkma veya ödemeye ara verme gibi eğilimleri nedeniyle BES şirketleri kar sorunu yaşıyor. Raporu değerlendiren KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, "Türkiye'de BES'in en önemli problemi insanların sistemde yıllarca kalmayı planlamadan girmeleri ve erken ayrılmaları. Bu nedenle Devlet desteği çok önemli " dedi.

Türkiye ve dünyadaki bireysel emeklilik sistemini karşılaştırmalı olarak inceleyen KPMG Türkiye BES Raporu'nun ikincisi yayımlandı. KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Sinem Cantürk, BES'te yaşanan erken ayrılma sorununun hem katılımcılar hem de emeklilik şirketlerinin kaybına neden olduğunu belirtti. Cantürk, "Katılımcılar; ertelenmiş giriş aidatı, vergi, devlet katkısı hak edilmeyen kısım vb. kesinti tutarları nedeniyle beklenenden düşük tutarlar ile sistemden ayrılıyor. Emeklilik şirketleri ise sistemden erken ayrılan katılımcıların oluşturduğu yüksek maliyet nedeniyle karlılık problemi yaşıyor" dedi.

Cantürk, "Rapora göre Türkiye'nin bireysel emeklilik sisteminin dünyadaki önemli ekonomiler arasında GSYH oranı ile bakıldığında, gelişime ve büyümeye hala açık olduğu görülüyor. Bireysel Emeklilik Sistemi, başladığı ilk yıldan itibaren önemli düzeyde gelişti ve 2016 yılsonu itibarıyla 19 emeklilik şirketi ve 61 milyar TL fon tutarına (devlet katkısı fon tutarı dâhil) ulaştı. Emeklilik şirketleri, faize duyarlı müşterileri için faizsiz emeklilik planı ile de ürün çeşitliliğini artırdı. Devlet katkısı uygulaması ile ülkemizde artışa geçmiş görünen katılımcı sayısı ve katkı payı tutarlarının gelişen piyasalar da göz önüne alındığında gelecekte de artması bekleniyor" dedi.

Devlet desteğinin önemi artıyor!

Cantürk şöyle devam etti; "Yaşanan bu sorunlar nedeniyle sisteme olan devlet desteğinin önemi giderek artıyor. Özellikle 1 Ocak 2017 tarihinde

başlayan otomatik katılım bireysel emeklilik sisteminde, tasarrufun alışkanlık hale getirilmesi ve ekonomik gelişiminde önemli bir kilometre taşı. 2017 yılında uygulanmaya başlayan otomatik katılım sistemi de emeklilik fonları piyasasını daha da tabana yayacak ve rakamsal büyümeler ile beraber herkesin farkındalığının da artmasına imkan verebilecek. Otomatik katılım sisteminin uygulamaya geçmesi ile beraber sektörde mevzuata uygunluk ve müşteri odaklı yaklaşımların öneminin bir kat daha fazla artacağına dair beklentimiz bulunuyor."

Sağlıklı BES için ne yapmalı?

KPMG raporunda bireysel emeklilik sisteminin sağlıklı bir şekilde gelişimi için yapılması gerekenler şu şekilde sıralandı;

- Katılımcıların ortalama sistemde kalma süreleri uzatılmalı
- Sisteme duyulan güven sürdürülmeli
- Emeklilik fonlarının performansı artırılmalı
- Sağlanan teşvikler kamuoyuna iyi anlatılmalı
- Katılımcılar sürekli ve doğru olarak bilgilendirilmeli
- Tasarruf sistemi için farkındalık artırılmalı
- Emeklilik hakkını kullanmak isteyen katılımcılara Yıllık Gelir Sigortası sunulmalı
- Fonun önemli bir kısmının sistemde kalması sağlanmalı
- Emeklilik şirketleri operasyonel ve finansal risklerini minimize etmeli
- BES şirketleri, iç sistemlere her zamankinden daha çok önem vermeli ve yatırım yapmalı

E-TİCARETTE KİŞİYE ÖZGÜ KAMPANYALAR 1,6 MİLYAR TL CİRO SAĞLADI!

Yaklaşık 40 milyon internet kullanıcısının davranışını analiz ederek kişiye özgü kampanyalar oluşturan Related Digital, 2017 yılında e-ticaret işletmeleri için 1,6 milyar TL ek ciro meydana getirdi.



Euromessage, Visilabs ve Semanictum teknolojilerini tek bir çatı altında birleştiren Related Digital, Related Marketing Cloud platformu ile kişiye özel kampanyalarla ulaştığı yaklaşık 40 milyon online ziyaretçinin web, mobil ve uygulama üzerindeki davranışlarını analiz ederek Türkiye'deki internet kullanıcılarının alışveriş profilini çıkardı. Toplam 45 milyar etkileşimin kayıt altına alınarak analiz edildiği araştırmada online alışveriş yapan erkeklerin sepetlerine ekledikleri ürünlerin ortalama değeri 120 TL iken, kadınlar tarafından oluşturulan sepetlerin değeri 90 TL olarak belirlendi. Elde ettiği veriler ışığında en yoğun alışverişin Perşembe günleri gerçekleştiğini açıklayan Related Digital, ayrıca alışverişlerin 13:00 ile 24:00 arasında yoğunlaştığını ve saat 20:00'de zirve yaptığını gözledi.

Türkiye'nin en büyük entegre dijital pazarlama şirketi Related Digital Group çatısı altında 100'ün üzerinde markaya çok kanallı kişiselleştirme çözümleri sunan ve yıl boyunca 560 bin e-posta kampanyası ile yaklaşık 1,4 milyar tıklama yaratan ve izleyen Related Marketing Cloud, otomatik tetiklenen kişiselleştirilmiş e-posta, sms, push ve web push kampanyaları ve kanallararası

ürün tavsiye motoru sayesinde 2017 yılında e-ticaret işletmelerine toplam 1,6 milyar TL ek ciro sağladı.

Kullanıcıların %40 oranında mobil uygulamalar üzerinden satın alıyor!

E-posta aracılığıyla kullanıcıya gönderilen kişiye özel teklifler üzerinden sağlanan trafiği de inceleyen Related Marketing Cloud, kullanıcıların %40 oranında mobil uygulamalar üzerinden satın alım yaptığını ortaya çıkarırken e-ticaret web sitelerinin masaüstü ve mobil versiyonları, elde edilen cironun %60'ını oluşturdu. Ayrıca online alışverişte toplam cironun %40'ının İstanbul'daki kullanıcılar ile sağlandığı görüldü.

Çok kanallı pazarlamada uçtan uca hizmet sunan Related Digital Group, internet ortamında sürekli değişen iletişim, pazarlama ve teknoloji ihtiyaçlarına yanıt veriyor. Kişiye özel kampanyaların ve özgün tekliflerin önem kazandığı e-ticaret sektörüne bu alanda hizmet sunan Related Marketing Cloud, gerçek zamanlı davranışsal hedeflemeler ile kişiye özgü tavsiyeler sunuyor. Web, mobil ve e-posta kanalları genelinde sürekliliğe sahip müşteri profilini oluşturan platform, çok kanallı pazarlamada müşteri memnuniyetini artırırken yeni gelir fırsatlarını da işletmeler için ortaya çıkarıyor.

UZUN VADELİ YATIRIM

// Bugünlerde yatırımcılardan bana gelen soruların çoğu borsa daha düşecek mi oluyor. Haliyle son iki haftada endeks %7'ye yakın düşünce bir panikleme havası başlıyor. Peki neden panik oluyor. Sonucunda geçmişe bakıldığında zamanında bizi korkutan büyük düşüşler hep geride kalmış ve piyasalar çok daha fazlasını geri toparlamış. Panik havası oluşmasının nedeni kısa vadeli düşünüyor olmamız.

Pek çok konuda kısa vadeli düşünüyoruz. Borsada yatırım diyoruz ancak bir bakıyorsunuz aldığımız hisseyi 4-5 gün sonra satmışız. Bu tabii ki yatırım değil. Bu sadece alım-satım yapmak. Son günlerde piyasalarda dalgalanma yaratan pek çok gelişme oldu. ABD tahvil faizlerinde ciddi yükseliş oldu, yine ABD borsalarında sert satışlar yaşandı, içeride dolar kuru 3.75'lerden 3.81 seviyelerine yükseldi. Suriye konusunda gelişmeler yaşandı.

Kısa vadeli oyuncular yukarıda sayılan nedenlerin hepsiyle yakından ilgilendiler. Belki de ömründe hiç ABD tahvili ile ilgilenmeyen kişiler, sırf üç gün önce aldıkları hisseleri 3 kademe yukarıdan satmak isterken kendilerini bu sorunlarla baş başa buldular. Aslında komik bir olay. Ama uzun zamandır yaşadığımız olağan bir gelişme.

Oysa uzun vadeli yatırımcı iseniz bu sorunlarla fazla ilgilenmezsiniz. Bu tip bir yatırımcı için önemli olan yatırım yaptığı şirketin büyümesini sürdürüp sürdüremeyeceğidir. Satışlarını artırması, faaliyet karının büyümesi önemlidir. Ve bunun gibi gelişmeler kısa vadeli olaylardan etkilenmezler.

Uzun vadeli yatırım bugünü değil, geleceği düşünür. Bugünkü gelişmelerin gelecekteki beklentileri çok etkileyip etkilemeyeceğine bakar. Evet bu dalgalanmalarda hisse fiyatları elbette düşer ancak



İntegral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Direktörü **Tuncay Turşucu**

kısa vadeli alım satım yapan kişiler bu süreçte panik yaşarken, uzun vadeli yatırımcılar sakin bir şekilde bekler. Üstelik eğer şirketlerine yönelik güvenleri yüksekse, oluşan düşüşleri alım için fırsat olarak değerlendirebilir.

Durumu en iyi anlamak için borsa endeksinin grafiğinin son 10 yıllık veya daha uzun süreli grafiğini açıp bakmak gerekli. Sürekli yükselen bir eğri göreceksiniz. Oysa bu yükselen eğrinin içerisinde pek çok kriz ve sert düşüşler var. Hepsi yıllar içerisinde eriyip gitmiş ve ana yükselişe engel olamamış.

2009 yılından buyana BIST30 endeksi %300, XYUZO Endeksi (30 hariç kalan 100 endeks hisseleri) %500 yükselmiş. Mesela XMANA (Ana metal) endeksi %900 yükselmiş. Hisse bazında ise bu rakamlardan çok yüksek %2000'lere varan getiriler var. Uzun vadeli yatırımcı yabana atmamakta kısa vadeli hevesler peşinde koşmamakta fayda var.

YERLİ ENERJİ HAREKÂTI!

KPMG Türkiye, Enerji Sektörel Bakış 2018 raporunu hazırladı. 2017 yılının değerlendirildiği raporda sektöre ilişkin 2018 beklentilerine yer veriliyor. Rapora göre 2018, Türkiye'nin 'yerli enerji'yi konuşacağı bir yıl olacak.



Türkiye'nin ilk derin deniz sondajı, temeli atılan Akkuyu Nükleer Güç Santrali, YEKA ihaleleri ve yerli kömür teşvikleri 2018'in gündem başlıkları olacak.

KPMG Türkiye, Enerji Sektörel Bakış 2018 raporunu açıkladı. Raporda sektörün 2017 yılında gösterdiği performans ve 2018 yılındaki yol haritası değerlendirildi. Küresel enerji tüketiminin 2040 yılına kadar yüzde 28 artacağı öngörülürken, değişen coğrafi ve ekonomik dengeler enerji piyasalarını uzun dönemli çözümlere zorunlu kılıyor. Bu noktada yenilenebilir enerjinin dünyanın en hızlı büyüyen enerji kaynağı olarak ön plana çıkacağı öngörülüyor. Ancak kömür, petrol ve doğalgazın 2040 yılına kadar ana enerji kaynağı kimliğini koruyacağı düşünülüyor. Türkiye'de ise 2018'e hükümetin yerli enerji politikası damga vuracak.

KPMG Türkiye Enerji ve Doğal Kaynaklar Sektör Lideri Ümit Bilirgen, "Türkiye'de gündem yerli enerji hamleleri üzerinde yoğunlaşıyor. 2017 yılının son günlerinde temeli atılan Akkuyu Nükleer Güç Santrali'nin inşaatı başladı. Nükleer enerji hayli konuşulacak. Bunun yanında Türkiye tarihindeki ilk deniz sondajı, ülkemizin kendi sondaj gemisiyle Akdeniz'de 2018 yılında gerçekleştirilecek. YEKA ihaleleri ve yerli kömür teşvikleri ile 2018'i 'yerli enerji'yi hedefleyen adımlarla geçireceğiz" dedi.

KPMG Enerji Sektör Raporu'ndan ön plana çıkan noktalar şöyle:

- Dünyada enerji tüketimi artıyor. Küresel enerji tüketiminin 2040 yılına kadar yüzde 28 artacağı öngörülüyor. Hızla artan tüketime yanıt olarak yenilenebilir enerji yükseliyor. Yeşil enerji, yeni teknolojiler ve enerji politikalarıyla yenilenebilir enerjinin dünyanın en hızlı büyüyen enerji kaynağı olması bekleniyor.
- Ancak kısa vadede kömür, petrol ve doğalgaz 2040'a kadar ana enerji kaynakları kimliğini koruyacak. 2040 yılında küresel enerji tüketiminin yüzde 77'sinin hala fosil yakıtlardan sağlanması bekleniyor.
- 2018-2040 yılları arasında nükleer enerji tüketimi 1,5 kat artacak. Bu artışla birlikte dünyanın en hızlı büyüyen ikinci enerji kaynağı nükleer enerji olacak.

Elektrikte kurulu güç artıyor!

- Ülkemizde elektrik enerjisi kurulu gücü 2016'da 78 bin 599 MW iken, 31 Ekim 2017 itibarıyla 82 bin 312 MW'a ulaştı.
- Türkiye'nin elektrik üretiminin en önemli kaynaklarından olan doğalgazın yüzde 99'u ithal ediliyor. Doğalgazda toplam rezervin yüzde 43'ü Ortadoğu

ülkelerinde, yüzde 29'u Rusya ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinde, yüzde 16'sı Afrika-Asya Pasifik ülkelerinde bulunuyor.

- Hidroelektrik santraller, ülkemizin elektrik üretiminin yüzde 34'ünü karşılıyor. Ülkemizin hidroelektrik potansiyeli, dünya toplamının yüzde 1'ini, Avrupa toplamının yüzde 16'sını oluşturuyor.

Yerli kömürde teşvikler geliyor!

- Ülkemizin elektrik üretiminde kömürün yüzde 21'lik payı bulunuyor.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2023'e kadar tüm yerel linyit ve taş kömürü rezervlerini enerji üretimi amaçlı değerlendirmeye yönelik çalışmalarda bulunuyor ve özel sektöre teşvik olanaklarıyla destek olmayı planlıyor.
- Türkiye'de 17 milyar tonun üzerinde açığa çıkarılmayı bekleyen yerli kömür rezervinin teknoloji ve çevreci kriterlerle ekonomiye kazandırılması hedefleniyor.

Türkiye coğrafyası rüzgâr enerjisine uygun!

- Yenilenebilir enerjinin en önemli kaynaklarından biri olan rüzgâr enerjisi hızla yükseliyor. Dünyada 2000 yılında 17,4 GW olarak gerçekleşen rüzgar enerjisinden elektrik üretimi, 2015 yılında 432,0 GW oldu. 2030 yılında üretimin 1.749,8 GW'a ulaşması bekleniyor.
- Türkiye'de de rüzgar enerjisi yükseliyor. 2016'da rüzgar enerji santrallerinin kurulu gücü 5 bin 738 MW iken, 2017 yılı Ekim sonu itibarıyla 6 bin 353 MW'a ulaştı.
- Ülkemizin 48 bin MW'luk rüzgâr enerjisi potansiyeli bulunuyor. Türkiye yüzölçümünün yüzde 1,3'üne denk gelen bu alan, rüzgâr enerjisinin verimli kullanılabilmesi için avantajlı bir coğrafyaya sahip olduğumuzu ifade ediyor.

Güneş enerjisinin toplam üretime katkısı yüzde 2,5!

- Güneş enerjisi de çıkışta. Şebekeye bağlı güneş enerjisi üretimin toplam tüketime katkısı yüzde 2,5'e ulaştı.
- Güneş Enerjisi Potansiyeli Atlası'na (GEPA) göre Türkiye 2 bin 737 saat yıllık toplam güneşlenme süresi ve 1527 kWh/m² yıllık ortalama güneş enerjisi miktarı ile bu enerjiden çok daha verimli yararlanabilecek konumda.
- Güneş panellerindeki maliyet düşüşü ve panel verimliliğinin artması güneş enerjisi yatırımlarına hız

kazandırdı. 2014'te sadece 40 MW olan güneş enerjisi elektrik üretimi, 2017 yılının ilk 10 ayının sonunda 2060 MW'a ulaştı.

Jeotermal enerjide hızlanıyoruz!

- Türkiye'nin yerli enerji kaynaklarından biri olan jeotermal enerjinin potansiyeli 31 bin 500 MW olarak değerlendiriliyor. 2016'da toplam kurulu güç içindeki payı yüzde 1 olan jeotermal enerji, 2017'nin ilk 10 aylık döneminde payını 1,2'ye yükseltti. Türkiye bu rakamla jeotermal enerjiden elektrik üretimi konusunda dünyada en hızlı büyüyen ülke durumuna geçti.
- Son yıllarda ön plana çıkan biyokütle enerjisi sektörün öncelikleri arasında yer alıyor. Türkiye'nin biyokütle atık potansiyeli 8,6 milyon ton petrole eşdeğer. 2016'da biyogaz, biyokütle, atık ısı ve pirolitik yağ enerjisi santrallerinden 467 MW elektrik enerjisi üretilirken, 2017'nin ilk 10 ayında toplam kurulu gücü 554 MW'a ulaştı.

Petrol ithalatı 2016'yı yakalayacak!

- 2016'da 40 milyon tonun üzerinde gerçekleşen toplam petrol ürünleri ithalatı, 2017 yılının ilk 9 ayında 32 milyon tonu aştı. Irak, Rusya ve İran, Türkiye'nin 2016 yılında olduğu gibi 2017'de de en fazla ithalat yaptığı ülkeler oldu.

Dünyanın bor merkezi Türkiye!

- Yakın gelecekte, yakıt olarak hidrojenin yaygınlaşmasına paralel olarak sodyum borohidürün enerji arenasında önemli bir noktaya gelmesi bekleniyor. Dünya bor rezervlerinin yüzde 72'i Türkiye'de bulunuyor.
- Türkiye, dünyanın geri kalanından fazla bor madenine sahip olmasına rağmen bor mamulü satışlarında ABD'den sonra ikinci sırada yer alıyor.
- Türkiye 2016'da miktar bazında 1,78 milyon ton, değer bazında 711 milyon dolar bor satışı gerçekleştirdi. 2017 Temmuz sonu itibarıyla bor satışları 1,16 milyon ton ve değer bazında ise 423 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Sektör oyuncuları ilk 100'de yer alıyor!

- Türkiye'de 2016 yılında en yüksek kurumlar vergisi ödeyen ve bilgilerinin açıklanmasına izin veren 100 şirketin 11'ini enerji sektörü oyuncuları oluşturuyor. 11 şirkete tahakkuk eden toplam vergi miktarı 2,6 milyar TL olarak açıklandı.

İLAÇ SEKTÖRÜ ONKOLOJİ İLAÇLARI ÖNDERLİĞİNDE BÜYÜMEYE DEVAM EDECEK!

KPMG Türkiye, İlaç Sektörel Bakış 2018 raporunu hazırladı. Rapora göre, 2016'da toplam ilaç pazarının yüzde 11,7'sini oluşturan onkoloji ilaçlarının payı 2022'de yüzde 17,5'e çıkacak. 2016'da 93,7 milyar dolar değerinde satış hacmine sahip pazarın, 2022'de 192,2 milyar dolara ulaşması bekleniyor.



KPMG Türkiye, İlaç Sektörel Bakış 2018 raporunu açıkladı. Raporda sektörün 2017'deki performansı ve 2018 beklentileri değerlendirildi. Büyüklüğü 1,1 trilyon dolara ulaşan dünya ilaç pazarı başla başına bir ekonomi. ABD, Çin, Japonya, Almanya ve Fransa dünya ilaç endüstrisinin en büyük 5 pazarı durumunda. Türkiye ise 16'ncı sırada yer alıyor. Rapor, onkoloji ilaçları satış hacminin iki kat büyüyeceğini ortaya koyuyor. Rapora göre, 2016 yılı sonunda küresel ilaç pazarının yüzde 11,7'sini oluşturan onkoloji ilaçları, 2022'de yüzde 5,8'lik artışla toplam pazar payını yüzde 17,5'e yükseltecek. Bu ilaçların satış hacmi de 2016 ile 2022 yılları arasında iki katına ulaşacak. 2016'da 93,7 milyar dolar harcanan onkoloji ilaçları için 2022'de harcanması beklenen miktar 192,2 milyar dolar...

Dünya ilaç pazarında satışta büyümesi beklenen tedavi alanlarının ikinci sırasında anti-diabetikler yer alıyor. KPMG Türkiye İlaç Sektör Lideri Hakan Orhan, "Gelişen teknolojinin tedavi süreçlerini değiştirmesi, küresel ilaç sektörünü de etkiliyor. Sektörün geçmişten bugüne toplam 1,1 trilyon dolarolan Ar-Ge yatırımlarının 2015-2020 arasında 900 milyar dolara ulaşması tahmin ediliyor. Böylece sektör toplam Ar-Ge yatırımlarını 5 yıl içerisinde neredeyse ikiye katlayacak. Ancak bu büyük artış bile sektörün ihtiyacı olan yatırıma ulaşmasına yetmiyor" dedi.

Rapordan ön plana çıkan notlar şöyle:

- İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası (İEİS) 2016 sonu verilerine göre dünya ilaç pazarının büyüklüğü 1,1 trilyon

dolar. Sektörün tartışmasız lideri yüzde 49'luk payla ABD ilaç pazarı, kendisinden sonra gelen dört büyük pazarın toplamından daha büyük bir hacim oluşturuyor.

2022'ye kadar satışlar yüzde 33 artabilir!

- Dünya reçeteli ilaç satışları ve kategorileri incelendiğinde yılda yüzde 5,6 oranında ortalama büyüme ile 2022'de toplam 1 trilyon dolar seviyesine ulaşacağı düşünülüyor.
- 2022 yılına kadar toplam reçeteli ilaç satışlarındaki eşdeğer satışların yüzde 33 artması bekleniyor. Kısıtlı bir hasta kesimine seslenen ve şirketlerin yatırım yapmaktan kaçınması sebebiyle 'yetim' ismini alan ilaçların satışlarının da iki katına çıkması bekleniyor. Şirketlerin gelecekte bu pazarı 'daha hızlı yol alınabilecek bir alan' olarak göreceği düşünülüyor.
- Önümüzdeki 4 yıl içinde en çok onkoloji ilaçları kullanılacak. 2016 yılında toplam ilaç pazarının yüzde 11,7'ini oluşturan onkoloji ilaçlarının pazar payı, 2022 yılında yüzde 17,5'e çıkacak. 2016 ve 2022 yılları arasındaki satış hacmi de iki kata yakın artış gösterecek.
- Dünya çapında en çok satılan ikinci grup olan anti-diabetik ilaç satışlarının 2022 yılında yüzde 5'e yakın bir artış göstermesi, buna karşılık pazar payının yüzde 5,4'ten yüzde 5,3'e düşmesi bekleniyor. Tedavi alanlarına göre üçüncü sırada romatizma ilaçları var. Romatizma ilaçlarının pazar payı 2016 yılında yüzde 6,6 iken bu oran da 2022'de yüzde 5'e gerilemiş olacak.

Türkiye Ar-Ge'de adım atıyor ancak hızlanmalı!

- Küresel ilaç sektörünün Ar-Ge yatırımları 2015 yılına kadar toplamda 1,1 trilyon doların üzerine çıktı. 2015-2020 arasında ise bu harcamaların 900 milyar dolar düzeyinde olacağı tahmin ediliyor. Bu sonuç, sektörde inovasyon arayış hızının görülmemiş bir düzeye yükseldiğini teyit ediyor. Bugün bir yenilikçi ilaç molekülünün geliştirilmesi 10-15 yıl alıyor ve yaklaşık 2 milyar dolara mal oluyor. Tüm dünyada Ar-Ge ilaç sektöründeki en kritik konu.
- İnovasyonun tüm dünyada en büyük düşmanı olan maliyet ve ekonomik belirsizlikler, tüm sektörlerde olduğu gibi ilaç sektörü firmalarını da temkinli davranmaya itiyor.
- Türkiye ilaç sektörü, 24 akredite Ar-Ge merkezi, bin 53 Ar-Ge çalışanı, 596 tamamlanan ve 571 devam eden

proje ile inovasyonda önemli bir paya sahip. Sektörün 126 patent başvurusu ve 9 tescil edilmiş patenti bulunuyor.

- İlaç sektöründe Ar-Ge harcamaları, 2010'da 92,1 milyon TL'den 2015'te yüzde 154 artışla 234,3 milyon TL'ye ulaştı. İlaç talebini yüzde 80'i aşan oranlarda ithalat yoluyla sağlayan Türkiye'de Ar-Ge yatırımlarının geliştirilmesi için devletin de önemli çalışmaları bulunuyor.

Daha az ilaç satıldı ancak sektör büyüdü!

- Türkiye'de ilaç pazarı büyüyor. 2012 yılında 12,9 milyar TL düzeyinde seyrederken, 2016 yıl sonunda 20,6 milyar TL'ye ulaşarak yüzde 60 büyüdü. Kutu ölçeğinde 2,2 milyar adetlik hacme ulaşıldı.

- 2017'nin ilk yarısında, 2016'nın aynı dönemine oranla yüzde 16'lık artış gerçekleşti. 2016'nın ilk altı ayında 10,2 milyar TL'lik satış yapılırken, 2017'de 11,9 milyar TL'lik satış yapıldı. Ancak kutu satış adetlerinde yüzde 1,1 oranında azalma gerçekleşti.

- Pazarın değer bazında büyümesinde fiyat artışları başroldeydi. 2016'nın ilk altı ayında 9,2 TL olan ortalama kutu fiyatı, 2017 yılının aynı döneminde yüzde 17,3 artarak 10,8 TL'ye ulaştı.

- Satışların kutu hacmi bazında düşmesi, sektörün büyüme rakamına 213 milyon TL düzeyinde negatif etki yaptı. Eğer kutu satışları aynı düzeyde kalsaydı, sektörün büyümesi 2017'nin ilk altı ayında yüzde 18 düzeyine ulaşacaktı.

- 2018 yılında sektörün büyümesini etkileyecek en önemli unsurlardan biri referans fiyat sistemi uygulamasındaki yıllık Euro kurunun kaç olarak belirleneceği. Mevzuata göre ilgili yılda belirlenecek kurun bir önceki ortalama Euro kurunun %70'i olması gerekiyor. Durum böyle olmakla birlikte, kurun mevzuatta belirtilen şekilde belirlenmesi durumunda kamu bütçesine ilave yükler gelmesi kaçınılmaz olacaktır.

İlaç fiyatları sınıflarına göre çok değişken!

- Referans ilaçlar 2017 yılının ilk altı ayında 8,1 milyar TL satış değerine ulaştı. Referans ilaçların ortalama kutu fiyatı 17,5 TL, eşdeğer ilaçların kutu fiyatı ise ortalama 6 TL olarak gerçekleşti.

- Referans bio-teknolojik ilaçların ortalama kutu fiyatı 140 TL'lere ulaşırken biyobenzer ilaçların ortalama kutu fiyatları ile 40 TL'ler civarında seyretilmektedir.

- 2017'nin ilk yarısında 6,5 milyar TL satış değerine ulaşan ithal ilaçların kutu satışları 227 milyon düzeyindeydi. İthal ilaçlardaki ortalama kutu fiyatı 28,2 TL oldu. 5,3 milyar TL olan yerli üretim ilaçların kutu başına ortalama fiyatı ise 6,1 TL.

- Sağlık Bakanlığı'ndan izinli biyosidal ürünler, farmasötik formdaki bazı tıbbi cihazlar, enteral beslenme ve tıbbi amaçlı gıdalar, kozmetik ve dermokozmetik ürünleri, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan izinli vitaminler, gıda takviyeleri ve mamalarını tıbbi ürün pazarı altında değerlendiriliyor. Bu kategorilerdeki tüm ürünlerin 2017 ilk 6 ayındaki toplam satış değeri 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 21 oranında arttı ve 861 milyon TL seviyesinde gerçekleşti.

- Biyoteknolojik ilaç pazarı 2017'nin ilk 6 ayında değer olarak yüzde 11,1 hacim olarak yüzde 6,1 oranında büyüdü. Biyobenzer ilaçlar ise değer bazında yüzde 42,2 hacim bazında da yüzde 20,9 oranında büyüdü.

2017'de istihdam artış gösterdi!

- 2010 yılından beri 31.000 seviyesinde seyreden sektörde istihdam edilen kişi sayısı 2016 ve 2017 yıllarındaki çift haneli büyüme rakamlarına paralel olarak arttı ve 34.000 seviyesine yaklaştı.

- Sektörde istihdam edilen kişilerin yaklaşık 1.000'i Ar-Ge faaliyetlerinde çalışıyor.

2017'de üretim yüzde 10 arttı!

- Sektör ihracatı 2017'de düşüşe geçti. İlk 8 ayda ihracat, 2016'nın aynı dönemine göre yüzde 18,7 oranında daraldı ve 492 milyon dolar düzeyinde gerçekleşti.

- İthalat 2016'da yüzde 1,8 gerileyip, 4,5 milyar dolar düzeyine indi. Bu eğilim 2017'nin ilk sekiz ayında da sürdü ve ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 16,5 seviyesine kadar geriledi.

- Sanayi üretim endeksi verilerine göre üretim 2016'da bir önceki yıla göre yüzde 14,8 artış gösterdi. 2016 yılıyla paralel bir görüntü sergileyen 2017 endeksi, bu seneyi de yaklaşık yüzde 10'luk bir üretim artışıyla sonuçlandıracağını gösteriyor.

İlaçta dış ticaret açığı büyüyor!

- İlaç Sektörü öteden beri Türkiye'de dış ticaret açığının yüksek olduğu bir sektördür. Dış ticaret açığının yaklaşık yüzde 6'sı ilaç sektöründen kaynaklanmaktadır. Türkiye'de üretilen ilaçların bile yüzde 80 civarındaki hammaddeleri ithal edilmektedir.

- 2017 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 20'ler seviyesinden yüzde 16,5 seviyelerine düşmüştür. Bu oranın düşük olması Türkiye'yi yabancı ülkelere ve kur değişikliklerine karşı kırılgan hale getirmektedir. Özellikle son yıllarda ihracatın düşmesi dikkat çekicidir.

- Türkiye 2017 yılında 2018 yılının başından geçerli olmak üzere "Uluslararası İlaç Denetim Birliği"ne üye oldu. Bu gelişme ile Türkiye'de üretilen ilaçların Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerde daha kolay ruhsat alması ve Türkiye'nin ilaç ihracatının artması beklenmektedir.



İSO YÖNETİM KURULU BAŞKANI ERDAL BAHÇIVAN

KDV'DEKİ DEĞİŞİKLİK SANAYİCİYİ SEVİNDİRDİ!

İSO Yönetim Kurulu Başkanı Erdal Bahçivan, Katma Değer Vergisi (KDV) Kanunu'nda değişiklikler öngören kanun tasarısının Meclise sevk edilmesinin sanayiciler açısından sevindirici bir durum olduğunu söyledi.

KDV uygulamalarının, sanayinin kıt kaynaklarından kamuya adeta bir işletme sermayesi şeklinde transfer yükü getirdiğini vurgulayan Erdal Bahçivan "Ülkemizde tüketim vergisi olarak adlandırılan KDV, biz sanayici ve üreticiler için son 30 yıl içinde adeta bir üretim vergisine dönüşmüştü. Çünkü nihai yük hep üreticinin ve sanayicinin üzerinde oldu. İSO olarak açıkladığımız 2016 yılı 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmamızdaki sanayicimizin devletten KDV alacağı 6 milyar TL'ye çıkmış bulunuyor. Meclisten geçerek yürürlüğe girmesini beklediğimiz KDV değişikliği için Hükümetimize, Maliye Bakanlığımıza ve emeği geçen tüm kesimlere buradan teşekkür ederim" dedi.

Yapay zeka ve derin öğrenme yeni rekabet alanı!

Meclis Toplantısı'nın ana konusu olan yapay zeka hakkında da açıklamalarda bulunan Bahçivan, otomasyon ve robotik alanında hayret verici gelişmeler yaşandığını, yakında yeni nesil robotların fabrikalarda, kamusal alanlarda hatta evlerde artık hayatın olağan bir parçası haline geleceğini kaydetti. Robotikle birlikte malzemenin de gelişerek üretimin daha ucuz ve daha esnek olmasına imkân sağladığına değinen Bahçivan, yapay zekâ ve derin öğrenmenin, geleceğin dünyasının en önemli rekabet alanlarından biri olacağını bildirdi. Bahçivan, "Makineler öğrenme

becerilerini geliştirerek, sadece insanların yapabileceği düşünülen alanlarda daha çok boy gösteriyor. 2020 gibi yakın bir tarihte dünyadaki akıllı ve bağlantılı nesnelerin sayısının 50 milyarı bulması bekleniyor. Makinelerin birbiriyle iletişimi artarken otomasyon ve iletişim süreçlerinde insana daha az görev düşüyor” diye konuştu.

Sanayi 4.0 ile yeni meslekler geliyor!

Bilim ve teknolojiadaki gelişmelerin, ekonomik gelişmenin ve küresel rekabetin temel dinamiğini oluşturduğunu vurgulayan Bahçivan, 'Dördüncü Sanayi Devrimi' ya da 'Sanayi 4.0' olarak da adlandırılan dijital dönüşüme dikkat çekti. Bu dönüşümün kısaca üretim teknolojileri ile gelişmiş bilişim teknolojilerinin birleşmesini ve böylece verimliliğin artırılmasını ifade eden Bahçivan şöyle devam etti: "Geçmiş meclis toplantılarımızda bu yeni sanayi devrimini detaylı bir şekilde ele almıştık ve ülkemizin bu devrimi kaçırma şansının olmadığını belirtmiştik. Şimdi, bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmelerin taşıdığı önemli bir sosyal boyuta dikkat çekmek istiyorum: Yeni nesil üretim anlayışı, mesleklerde de hızlı bir değişime yol açmakta. Otomasyon nedeniyle eski meslekler kaybolurken, yeni meslekler ortaya çıkıyor. Bundan 25 yıl önce ülkemizde 8 bin civarında 'iş' tanımı yapılırken bugün 12 bin iş tanımı olduğu belirtiliyor. Yani daha önce var olmayan meslekler bugün hayatımızın bir parçası haline gelirken geçmişteki birçok meslekte hayatımızdan çıkıyor."

İSO'da seçimler 2 Nisan'da başlıyor!

Bahçivan konuşmasında İSO seçim takvimini de açıkladı. Odalar ve Borsalar Kanunu gereği, 2013 yılındaki seçimlerin ardından 81 ilde Türkiye genelinde oda seçimlerinin geçtiğimiz ekim ve kasım aylarında yapılmasına karar verildiğini hatırlatan Bahçivan, ancak, Bakanlar Kurulu'nun aldığı kararla oda seçimlerinin Nisan 2018 tarihine ertelendi kaydetti. Bahçivan, "Odalar ve Borsalar Kanunu'nun bize verdiği yetkiyle, Nisan ayında seçim sorumluluğumuzu yerine getirmek için çalışmalarımızı başlatmış bulunuyoruz. İlçe Seçim Kurulu tarafından da onaylanan seçim kararımıza 2 Nisan 2018 tarihinde Meslek Komiteleri seçimleriyle başlıyoruz. Meslek Komiteleri seçimlerinin ardından 7 Nisan 2018'de ise Odamız Meclis Başkanlık Divanı, Yönetim Kurulu, Disiplin Komisyonu, TOBB Delegeleri ve Meslek Komitesi Başkanları seçimlerini yapacağız" ifadelerini kullandı.

İSO 13 Mart'ta zirve düzenliyor!

İSO olarak IHS Markit ile Eylül 2015'te başlattıkları işbirliği çerçevesinde, dünyada ekonomik aktivitenin



en önemli öncü göstergelerinden biri olan Satınalma Yöneticileri Endeksi'ni (PMI) her ay Türkiye ve İstanbul için yayınladıklarını da ifade eden Bahçivan sözlerini şöyle sürdürdü:

"Uzun bir aradan sonra gerek dünyada gerekse ülkemizde eş zamanlı olarak yüksek seviyelere ulaşan PMI verileri ışığında günümüzdeki gelişmeleri ve önümüzdeki döneme ilişkin beklentileri tartışmak amacıyla 13 Mart'ta '2018'de Dünya ve Türkiye Ekonomisine PMI Perspektifinden Bakış' başlığı ile bir konferans düzenliyoruz. Konferansa ülkemizin ve Markit'in önde gelen ekonomistleri katılacak."



TEKFEN GRUP ŞİRKETLER BAŞKANI OSMAN BİRGİLİ

TEKFEN HOLDİNG, 2017 YILINDA REKOR CİRO VE KÂR ELDE ETTİ!

{ Uluslararası müteahhitlik, tarımsal sanayi, limancılık ve gayrimenkul geliştirme alanlarında 62 yıldır faaliyetlerini sürdüren Tekfen Holding'in 2017 yılı mali performans sonuçları açıklandı.

Tekfen Grubu, 2017'de toplam ciro ve kârlılık açısından son derece başarılı bir faaliyet dönemini geride bıraktı. 2017 yılında, konsolide bazda 7.487 milyon TL ciro; 1.005 milyon TL faiz, vergi, amortisman öncesi kâr (FAVÖK) ve 770,7 milyon TL net kâr yaratan Tekfen Grubu'nun, aktif büyüklüğü 9.367 milyon TL'ye, özkaynak büyüklüğü ise 3.008 milyon TL'ye ulaştı.

Geçtiğimiz yılın mali sonuçlarını değerlendiren Tekfen Grup Şirketler Başkanı Osman Birgili, "Tekfen Holding olarak, dünyada ekonomik ve politik belirsizliklerin

egemen olduğu bir ortamda ihtiyatı elden bırakmayan, fakat kararlı bir yaklaşımla 2017 için belirlediğimiz hemen tüm hedeflerin üzerine çıkmayı başarmış bulunuyoruz" dedi.

2017 yılının, Grubun halka arzının 10. yıldönümü olduğunu da hatırlatan Birgili, "Yılı tarihi yüksek bir ciro ve kârlılık seviyesinde tamamlarken, Tekfen Holding hisselerinin borsadaki değerinin yıl içerisinde rekor üzerine rekor kırması, "kârlılık eksenli yeni büyüme" olarak belirlediğimiz yeni dönem hedefine ulaşma



yolundaki çabalarımızın yatırımcılar tarafından da değerlendirilip desteklendiğini bizlere göstermiştir” dedi ve şöyle devam etti: “Yüzde 45’in üzerinde yüksek bir halka açıklık oranına sahip olan Holdingimiz hisselerinin 2017’de elde ettiği değer artışının, BİST 100’u ortalama değer artışının yaklaşık dört katı olması, Tekfen’de başlattığımız dönüşüm hareketinin güçlü bir manifestosu olarak kabul edilebilir.”

Tekfen Taahhüt Grubu:

Tekfen markasının yurtdışındaki en önemli temsilcisi ve 2017 yılı iş hacmi içinde yaklaşık %65 (%64,9) pay ile önemli bir yere sahip olan Taahhüt Grubu, 2017 yılında 4,86 milyar TL ciro ve 391 milyon TL net kâr elde etti.

Faaliyetlerini halihazırda yaklaşık 17 bin çalışanıyla Türkiye’nin yanı sıra Azerbaycan, Kazakistan, Suudi Arabistan ve Katar’da sürdüren Tekfen Taahhüt Grubu, 2017 yılı içerisinde Türkiye’de TürkAkım Gaz Boru Hattı Kıyıköy Gaz Kabul Terminali Projesi’ni; Kazakistan’da Tengiz Petrol-Gaz Sahası Geçici İnşaat Üniteleri ve Tengiz Petrol-Gaz Sahası Gelecek Gelişim Projelerini; Katar’da ise Doğu Endüstriyel Yolu ve Al Thumama Stadyumu Projelerini portföyüne dahil etti.

Grubun mühendislik ayağında hizmet veren Tekfen Mühendislik ise, 2017 yılında 1915 Çanakkale Köprüsü ve Malkara-Çanakkale Otoyolu Projesi’nin mühendis müşavirlik ve kontrollük ihalesini yabancı ortağıyla kazanarak, bugüne kadar üstlendiği en büyük müşavirlik sözleşmesine imza attı.

Tekfen Taahhüt Grubu, “Gidilebilen her nokta pazarımızdır” anlayışıyla başta doğal kaynaklar bakımından zengin Afrika kıtası ve rekabetin daha az olduğu alternatif pazarlardaki iş olanaklarının değerlendirilmesine 2017 yılında da devam etti. Tekfen İnşaat’ın 1978 yılında ilk yurtdışı projesini gerçekleştirdiği Kuveyt, şirketin gelecek planları arasında öncelikli bir yere sahiptir. Şirket, bir dönem önemli projeler gerçekleştirdiği Kazakistan’daki varlığını 2017 yılında alınan iki projeye yeniden güçlendirdi. Azerbaycan’da 2018 yılında başlaması beklenen gaz ve petrol yatırımları da yakından takip edilmektedir.

Tekfen İnşaat, 2017 yılında iş çeşitliliğini artırma yönünde de somut adımlar attı. Yenilenebilir enerji konusunda şirket içinde oluşturulan birim aracılığıyla güneş, jeotermal ve rüzgâr projelerinin yanı sıra belediyelere yönelik katı atıktan enerji üretimi projeleri yakın takibe alınırken, şirketin su arıtma teknolojileri konusundaki bilgi ve yeterliliğini artırmaya yönelik çalışmaları 2017 yılında da devam etti.

İş portföyünün ağırlıklı yurtdışı projelerinden oluşmasına karşın Tekfen Taahhüt Grubu, son yıllarda dev projelerin gündeme geldiği Türkiye’de de petrol, gaz, enerji ve altyapı yatırımları başta olmak üzere uzmanlık alanlarına uygun projeleri yakından izliyor. Grup, Türkiye’deki Yap-İşlet-Devret tarzındaki altyapı ve enerji projelerine de ilgi duyuyor.



Yıl içinde devam eden projeler:

Türkiye

Trans Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı Projesi Lot 3
TANAP Kompresör ve Ölçüm İstasyonları
BTC Onarım ve İyileştirme İşleri
STAR Ege Rafinerisi
TürkAkım Gaz Boru Hattı, Kıyıköy Gaz Kabul Terminali
Ankara-İzmir Hızlı Tren Projesi

Azerbaycan / Şah Deniz Faz 2 - Sangaçal Kara Terminali
Azerbaycan / Deniz Platformları
Azerbaycan / Vergi Bakanlığı Yönetim Binası
Katar / Al Khor Expressway Otoyol Projesi
Katar / Doğu Endüstriyel Yolu Projesi
Katar / Al Thumama Stadyumu Projesi
Kazakistan / Tengiz Petrol ve Gaz Sahası Gelecek
Gelişim Projesi
Kazakistan / Tengiz Petrol ve Gaz Sahası Geçici İnşaat
Üniteleri Projesi
Suudi Arabistan / Yanbu-Cidde Boru Hattı Projesi

Tekfen Tarımsal Sanayi Grubu:

Tekfen Tarımsal Sanayi Grubu, gerek yıl boyunca döviz kurlarındaki oynaklıktan kaynaklanan risklere, gerekse nitratlı gübre yasağı ve sonrasında gelen yasal regülasyonların yarattığı güçlüklerle rağmen, aldığı stratejik kararlar sayesinde çok başarılı bir yılı geride bıraktı.

Tekfen Tarımsal Sanayi Grubu, 2017 yılındaki 2.24 milyar TL satış geliri ile toplam ciro içinde %29,9, elde ettiği 347 milyon TL net kâr ile Grubun toplam kârı

içerisinde %45'lik bir paya sahip, Tekfen Holding'in ana iş kollarından birini oluşturmaktadır. Tarımsal Sanayi Grubu, iş hacmi, ürün/hizmet yelpazesi ve pazar payı itibarıyla Türkiye'nin kendi alanındaki en büyük özel kuruluştur.

Grubun amiral gemisi, esas olarak tarımsal girdi alanında faaliyet gösteren Toros Tarım Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul Sanayi Odası tarafından 2016 yılı için açıklanan Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşu içinde 59'uncu sırada yer aldı. Toros Tarım ve bağlı iştirakleri, faaliyetlerini tarımsal girdiler (kimyevi gübre üretimi ve pazarlaması, tohumculuk, teknotarım ve fidecilik), limancılık hizmetleri ve serbest bölge-akaryakıt istasyonları işletmeciliği olmak üzere üç ana başlıkta sürdürüyor.

Tarımsal Sanayi Grubu'nun diğer üyesi olan Tekfen Tarımsal Araştırma Üretim ve Pazarlama A.Ş. ise doğrudan tarımsal üretim alanında faaliyet göstermek üzere 2017 yılında kuruldu. Tekfen Grubu'nun 40 yıla yakın bir süredir bitki besini, tohum, fide ve fidan gibi temel girdilerde elde ettiği bilgi birikimini doğrudan üretim alanına aktarmayı hedefleyen şirket, gelecekte önemi daha da artacak olan tarımsal üretime kurumsal bir bakış açısı, bilimsel yaklaşım ve finansal güçle daha fazla verimlilik kazandırmayı amaçlıyor.

İç pazardaki daralmayı ve döviz kurlarındaki artışın olumsuz etkilerini ihracat potansiyelini hayata geçirerek büyük ölçüde bertaraf eden Toros Tarım, aynı zamanda tarihi bir ihracat rekoruna imza atarak hammadde alımı için kayda değer döviz kazancı elde etmeyi başardı.

Gübre üretim tesislerinin çevre üzerindeki etkilerini en aza indirmeye yönelik çevre yatırımlarına 2017 yılında da devam edilmiştir. Bu kapsamda yaklaşık 40 milyon TL tutarında bir yatırımla Mersin Üretim Tesisi'nde devreye alınan CAN Ünitesi Prill Kulesi Baca Gazı Yıkama Sistemi, gübre sektörü için ilk olmanın yanı sıra baca gazı emisyon büyüklüğü ve arıtma kapasitesi ile de dünyadaki sayılı tesislerden biri konumundadır. Çevre mevzuatı açısından zorunlu bir yatırım olmamasına rağmen tamamen gönüllülük esasıyla yapılan yatırım sayesinde, Mersin Üretim Tesisi çevre dostu bir üretim tesisi olma özelliğini daha da geliştirmiş ve AB ülkelerinde uygulanan yasal limitlerin de altında çalışma özelliğini kazandı.

Gübre alanında Türkiye'deki toplam kurulu üretim kapasitesinin %38'ine sahip olan Toros Tarım, 2017 yılında Ceyhan, Mersin ve Samsun fabrikalarında ortalama %83 kapasite kullanımıyla toplam 1.574.615 ton gübre üretimi gerçekleştirmiştir. Üretim miktarı 2016 yılına göre %21,45 oranında, kapasite kullanımı ise %14 oranında artış göstermiştir. Yurtdışı pazar olanaklarının hızla değerlendirilmesi sayesinde Toros Tarım, 2017 yılında 273 bin ton seviyesine ulaşarak tarihi bir ihracat başarısına imza attı (2016: 1.230 ton). 2017 yılındaki toplam satışlar, bir önceki yıla göre %11 artış göstererek 2 milyon ton seviyesine yaklaşmış ve 1.946.513 ton olarak gerçekleşti.

Toros Tarım, 2017 yılında Türkiye genelinde 780 bayi ve 466 yetkili satıcı olmak üzere toplam 1.246 adet satış noktası ile faaliyet gösterdi.

Gayrimenkul Geliştirme Grubu:

Gayrimenkul sektöründe yatırım, proje geliştirme, inşaat yönetimi ve tesis yönetimi konularında faaliyet göstermek üzere 2000 yılında kurulan Tekfen Gayrimenkul Geliştirme Grubu, bugüne kadar



hayata geçirdiği kentsel dokuyla uyumlu, kente değer katan, nitelikli ve yenilikçi gayrimenkul projeleriyle sektöründe önemli bir yere sahiptir.

Grup, 2016 yılı ortalarından beri emlak piyasasında süregelen durgunluk nedeniyle geçtiğimiz faaliyet yılında satış ve kârlılık beklentilerinin gerisinde kalmakla birlikte, Esenyurt'taki 1.400 konutluk HEP İstanbul projesinin tamamlanmasının ardından, yeni proje geliştirme çalışmalarına kesintisiz olarak devam etmiş ve 2018 yılında lansmanı planlanan Topkapı Konut Projesi'nin hazırlıklarına yoğunlaşmıştır.





KAYSERİ ERCİYES A.Ş. YÖNETİM KURULU BAŞKANI DR. MURAT CAHİD CINGİ

KAYAK VE DAĞ SPORLARINA MİLLİ MESELE OLARAK BAKIYORUZ!

Erciyes Kayak Merkezi'nin gerek ziyaretçi ve kayakçı sayısı gerekse yapmış olduğu ulusal ve uluslararası organizasyonlar ile kendini Türkiye'de örnek dağ ve kayak merkezi yönetimi olarak kabul ettirdiğini vurgulayan Kayseri Erciyes A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Murat Cahid Cingi, tecrübelerini hem kamu kesimi hem de özel sektörle paylaştıklarını, çünkü kayak ve dağ sporlarına milli mesele olarak baktıklarını dile getirdi.

Türkiye uzun yıllar bağımlı kaldığı yaz turizmini aşırp gerçek bir turizm ülkesi olabilecek mi? Bu soruya olumlu yanıt verdirecek örnekler artmaya başladı. Bunların içinde Erciyes Kayak Merkezi farklı bir konumda yer alıyor. Avrupa'daki benzerleri gibi imkanları ve işletme anlayışıyla kış turizmi için model haline gelen Erciyes Kayak Merkezi'ni ve Türkiye'de kış turizminin gelişimini Kayseri Erciyes A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Murat Cahid Cingi ile konuştuk.

Erciyes Kayak Merkezi'nin kuruluş hikayesini özetleyebilir misiniz?

Mahalli İdareler Kanununda 2005 yılında yapılan değişiklikle beraber Erciyes Dağı Kayseri Büyükşehir

Belediyesi'nin idari sınırları içerisine dahil oldu. Ondan sonra da Kayseri Büyükşehir Belediyesi Başkanımız, şimdiki Çevre ve Şehircilik Bakanımız Mehmet Özhasaki Erciyes'te bir kayak ve kış sporları merkezi oluşturmak projesiyle yola çıktı. Dolayısıyla, Erciyes A.Ş.'nin başlangıcını 2005 yılına kadar geriletebiliriz. Aslında Erciyes'te 70 yıllık faaliyet var, fakat tüm dağlarımız da olduğu gibi burası da kendi kaderine terkedilmiş durumdaydı. Sadece şu an bulunduğumuz Tekir Bölgesinde kayak yapılıyordu. Dağın başka bir yeri kullanılmıyordu. O zaman sayın başkanımız Avusturyalı uzmanlara bir fizibilite çalışması yaptırdı. Erciyes Kayak Merkezi uluslararası standartlarda bir hüviyet kazanabilir mi? Alpler'deki gibi, Pirene Dağlarındaki

gibi kayak merkezi oluşur mu? sorularına yanıt arandı. Erciyes'in durumu birçok analizden geçirildikten sonra da Erciyes'te uluslararası bir kayak merkezi doğar fikrine ulaşıldı. Akabinde birçok kayak merkezinde imzası olan Avusturyalı başka bir danışman firma davet edildi. Bu firma kayak pistleri, liftler, konaklama tesisleri, sosyal tesisler, yol gibi bir kayak merkezinin ihtiyacı olan tüm unsurları ve çevresel faktörlerin değerlendirilmesini içeren mastır projeyi ortaya koydular. Sonra da Büyükşehir Belediyesi, ihaleler yoluyla alt yapı ve üst yapıyı oluşturdu. 2011-2012 sezonunda Erciyes Mastır Planının ilk aşamasını halkımıza sunma zamanı geldi. Büyükşehir belediyemiz de aynı Avusturya'da, Avrupa'da olduğu gibi bir kayak merkezi yönetimi ortaya koyma ihtiyacı hissettiler. 2011'in sonbaharına doğru biz Erciyes A.Ş.'yi kurduk. İşletme konusunda da birçok kayak merkezi bulunan Andora'daki iyi bir işletmeden danışmanlık alıp buradaki sistemi de oradaki standartlara göre dizayn ettik. Erciyes A.Ş. bu şekilde kurulmuş oldu. 2011-2012 kışında biz işletmeye başladık. İnsan kaynağımızı oluşturmaya başladık. Oluşturduğumuz insan kaynağı ile de yabancıların tecrübesini birleştirdik bir kış boyunca. Sonrasında diğer hizmetler girmeye başladı. Yeniliklerimiz, yeni pistlerimiz oluştu. Bugün itibarıyla Erciyes'in 6. kışını yönetiyoruz. Türkiye'deki bir kayak merkezi işletme modeli olarak bir ilki oluşturduk.

Peki, Erciyes A.Ş. olarak bugün neler yapıyorsunuz?

Bütün dağ yönetimini üstlenmiş durumdayız. Buradaki ana fonksiyonumuz teleferiklerin çalışması, pistlerimizin hazırlanması, gerektiği noktada suni kar üretme süreci. Aynı zamanda dağdaki işletmelerimizin



huzurunun sağlanması, gelen vatandaşlarımızın burada güzel anlar yaşaması, dağın tanıtım faaliyetleri, dağda ulusal ve uluslararası spor faaliyetlerinin, organizasyonların düzenlenmesi tamamen Erciyes A.Ş. tarafından üstlenilmiş durumda. Biz çalışmalarımızda kendimizi başarılı ve öngörülü görüyoruz. Büyükşehir belediyemizin bu çalışması, bu yatırımlar neticede halkımızın, şehrimizin kendi yatırımları. Bunu halkımızın istifadesine sürekli sunmak hedefiyle hareket eden Erciyes A.Ş., ziyaretçi sayısı, kayakçı sayısı ve burada yapmış olduğumuz ulusal ve uluslararası organizasyonlar ile kendini Türkiye'de dağ ve kayak merkezi yönetimi olarak kabul ettirmiş durumda. Tecrübelerimizi gerek kamu gerek özel sektöre paylaşıyoruz. Çünkü kayak ve dağ sporlarına milli mesele olarak bakıyoruz.





Kış turizminin Türkiye'deki gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Aslında ülkemizin dağları değerlendirildiğinde Avusturya'dan daha büyük potansiyele erişebiliyoruz. Özellikle doğu illerimizde hem sosyo-kültürel problemlerin çözümü hem ekonominin gelişmesi hem oradaki halkımızın sportif başarılar elde etmesi açısından kayak ve diğer kış sporları gerçekten kilit önemde. Fakat biz şimdiye kadar bu potansiyeli ihmal ettik. Bundan sonrası için ülkemiz Erciyes modelini bir milat olarak kabul edip, dağlarımızdan daha iyi istifade etme yolunu arar. Bu zihniyetle hareket ederek Avusturya'dan aldığımız danışmanlıklarımızı diğer kayak merkezlerine sunmaya devam ediyoruz. Mesela Sivas'ta Yıldız Dağı Kayak Merkezi'ni biz işlettik, danışmanlık verdik. Oradan gelen birçok arkadaşımızı Erciyes'te eğittik. Erciyes Kayak Merkezi yapmış olduğu etkinlikler ve tanıtım faaliyetleriyle Türkiye'de bir kış turizmi aydınlanmasına vesile oldu. Erciyes'ten sonra diğer kayak merkezleri kendilerine bir çeki düzen vermeye başladılar. Birçok belediyemiz, vilayetimiz kayak merkezi oluşturma yönünde hareket etti, yatırımlar yaptı. Kayak merkezi olmasa da mümkün olan her yerde 2-3 teleferikli küçük tesisler bile ülkemizdeki kayak ve kış sporlarının gelişimine çok iyi destek olur. Bugün 8 milyon nüfuslu Avusturya'da halkın neredeyse yüzde 35'i kayak yapıyor. Devlet çocukluktan itibaren sistematik olarak halkına kayağı öğretiyor. Biz 80 milyon nüfuslu, dünyanın en güzel bölgesinde bulunan bir ülke olarak neredeyse hep aynı turizm gelirini elde ediyoruz. Kış turizmi hem de turist çeken ve nitelikli turist çeken, nitelikli harcama yaptıran, kişi başı döviz harcaması yüksek olan bir sektör. O yüzden kış turizmini öncelememiz gerekiyor. Biz bu işe milli bir bakış açısıyla yaklaşıyoruz. Zaman zaman bilgi ve tecrübemizi kayak merkezlerine, kamuya veya özel sektöre aktarıyoruz. Özellikle sürdürülebilirlik konusunda ülkemizin riskli bir dönemde olduğunu görüyoruz. Birçok mahalli idare veya kamu şuursuz yatırım yapma riskiyle karşı karşıya. Bunu da devletimizin engellemesi gerekiyor. Yani her yerde kayak merkezi olacak, her yerde teleferik olacak diye bir şey yok.

Uluslararası arenada Erciyes'in bundan sonraki yol haritasına değinecek olursak neler söylemek istersiniz?

Şimdiye kadar Erciyes'e alt yapı harcamaları dahil 200 milyon liralık bir yatırım yapıldı. Büyükşehir Belediyesi'nin buradaki hedefi şehre ticari, ekonomik, sosyo-kültürel ve sportif başarı katmaktır. Biz de hem sportif boyutunu hem ticari boyutunu hem sosyo-kültürel boyutunu mümkün olduğunca fazla oranda yansıtmaya çalışıyoruz. Kurulduğumuz ilk yıllardan itibaren de uluslararası aktiviteler almaya gayret ettik. Zaten Kayseri'nin, Erciyes Dağı'nın özellikle civar vilayetlerden gelen belli geleneksel kitlesi vardı. Adana, Gaziantep, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş gibi mücavir bölgesinden çok sayıda ziyaretçi alırdık günü birlik. Hafta sonları çok yoğun olurdu. Fakat bizim hedefimiz buradaki konaklamayı ve sosyal alt yapıyı geliştirerek aynı yaz tatilinde olduğu gibi insanların 3-5 gün, 1 hafta kış tatiline çıkmaları ve buradaki işletmelerde konaklamaları. Şehirle bizim aramızdaki mesafe çok kısa olduğu için burada oluşan ekonomik potansiyelin şehre de aynı zamanda yansımaları sağlamak. Her geçen gün, her geçen yılda bu uğurda ciddi ilerlemeler kaydederek devam ediyoruz. Öncelikle birkaç yıl bekleyip kendi insan kaynağımızın, teknik alt yapımızın, sosyal



alanlarımızın gelişmesi için gayret ettik. Beklentileri çok yükselttik ama insanları hayal kırıklığına uğratmadık. Ürünü tekamül etmeden piyasaya sunmak gibi bir hataya düşmemeye gayret ettik.

Ev sahipliği yaptığınız etkinlikler nelerdir?

2015 yılında Türkiye'nin ilk Snowboard Avrupa Kupası ile yola başladık. Hemen akabinde de 2016 ve 2017 yıllarının ardından 2018'de 3'üncü Snowboard dünya kupasını yapıyoruz. Dünya kupalarının özelliği, dünyadaki büyük spor kanalları vasıtasıyla yaklaşık 3 milyar insanın ekranına ulaşması. Avrupa Kupasında Avrupa'nın en iyi sporcuları geliyor. Dünya Kupasında da Çin'den Kore'ye, Avusturya'dan Amerika'ya, Kanada'ya tüm dünyadan sporcular geliyor ve herkes de kendi sporcusunu takip ediyor ekranlardan. Bizim açımızdan en büyük manevi hazzı orada. Yani Çin'deki bir insanın ekranında Erciyes Kayseri Tur yazıyor. Biz o noktada hedefimize ulaşmış oluyoruz. Türkiye'de de kış sporlarına yönelik bir algı oluşturuyoruz. Ülkemizde herhangi bir branşta dünya kupasının yapılması zaten çok önemli bir aktivite.

Peki, devletimizin bu konuda destek ve teşviklerinin boyutu nedir?

Uluslararası Kayak Federasyonu bu işleri organize ediyor. Türkiye Kayak Federasyonu da bizim organizasyonumuzda partnerimiz. Bütün organizasyonu ve giderlerini Kayseri Büyükşehir Belediye'miz karşılıyor. Çok fazla destek alamıyoruz maddi manada. Fakat bunlar başlangıç olacak. Kış sporları yayıldıkça sponsorluklar artacak, markalarımız dağlara ilgi göstermeye başlayacaklar. Dağlar ticaretin de, markalaşmanın da reklamın da bence ideal noktalarıdır. Çünkü bu işi yapan insanlar genellikle daha yüksek profilli belli bir maddi gelir ve kültür seviyesindeki insanlar. Ama başladığımız ilk günden bu yana Erciyes Kayak Merkezi'nin muhteşem bir büyümeye sahne olduğunu söyleyebilirim.

Kaç pistiniz var tesislerinizde?

Bizim şu anda 34 pistimiz var. 25 km'lik karayolu içerisinde her tarafı teleferik ve pistlerle donatılmış vaziyette. 18 tane mekanik tesisimiz var. Bunların tamamı da son teknoloji ürünü. Kapalı kabinler alttan ısıtılmalı, rüzgar kırıcılı, çift hızlı, güvenli. Pistlerimiz çok farklı zorluk derecelerinde. Dolayısıyla dünyanın en iyi başlangıç pistlerinden bir tanesine sahibiz Erciyes'te. Şu anda içinde bulunduğumuz Tekir Kapı hem düşük eğimli hem çok geniş bir pist. Yeni başlayanlar artı ilk eğitim alacaklar için tahsis edilmiş bir eğitim bölgemiz var, kızak için ayrılmış bölgelerimiz var.

Konaklamayla ilgili olanaklar nelerdir?

Büyükşehir Belediye'miz, Turizm Bakanlığı'nın da onaylamış olduğu bir proje içerisinde 21 otel arsasını



özel sektöre ihale ile sattı. Bu arsalardan 4 tanesi şu anda otel olarak hizmet veriyor. Diğer arsalarda diğer müteşebbislerimiz de temel atma ve inşaat şeklinde yürüyorlar.

Pistlerin güvenliğini de konuşalım...

Biz yönetim olarak tabii ki dağdaki bütün unsurları gözeterek hareket ediyoruz. Biz Avrupa tecrübesi edindiğimiz için ilk önce burada pist güvenlik ekibi oluşturduk. Bizim yaklaşık 25 kişilik ekibimiz sürekli olarak pistleri gezerler, kontrol ederler, pistin kalitesini ölçerler ve ilkyardım ekibi olarak, düşen, pistten çıkan veya yardıma ihtiyacı olan misafirlerimizi ilkyardım noktasına en kısa sürede ulaştırırlar. Dolayısıyla Türkiye'de en güvenli pist Erciyes'tedir. Pist güvenlik ekibinin kalitesi ve eğitim sürecinin artması neticesinde kayakçı sayımız neredeyse her yıl yüzde 50 artmasına rağmen kaza oranlarında düşüşler tespit ediyoruz.

Yabancı turist çekme noktasında ne durumdasınız? Bu yönde nasıl bir çalışma yürütüyorsunuz?

Bu yıl ilk defa Moskova-Kayseri direkt uçuşlarıyla turist getirdik. Yurt dışında bütün fuarlara katılıyoruz. Operatörlerle görüşmeler yapıyoruz. Geldiklerinde otellerimizle tanıştırtıyoruz, Workshoplar yapıyoruz. Her otel kendi fiyatlarını verdi ve Rusya'da şu anda iki operatör Erciyes'i paket halinde satıyor. Yedi charter seferiyle Ruslar geldi, hatta iki seferin yolcuları yılbaşını Erciyes'te geçirdi. Bunun yanında tarifeli seferlerle gelen çok sayıda yabancı turisti Erciyes'te ağırlıyoruz. Dağdaki otellerimizin sayısı yavaş yavaş artıyor ama gelen kitlenin önemli bir kısmı şehirde konaklıyor. Hem şehir havasını almak hem de sinemaya gidip, alışveriş yapmak istiyorlar. Biz, Antalya ve Alanya'nın 1990'lı yıllarda yaşadığı dönemi yaşıyoruz şu anda.



AVVA YÖNETİM KURULU BAŞKANI VOLKAN ATİK

HEDEFİMİZ, 2020'DE 200 MAĞAZAYA ULAŞMAK!

{ 2017 yılını yüzde 38 büyüme ile kapattıklarını dile getiren AVVA Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atik, bu büyümede mağazalaşma yatırımlarının önemli bir paya sahip olduğunu, 2020 yılında yurt içi ve yurt dışında 100'er adet olmak üzere toplamda 200 mağazaya ulaşmayı hedeflediklerini ifade etti.

Son yıllardaki yatırımları ve hızlı büyüme ivmesiyle erkek giyiminin öncü markalarından biri haline gelen AVVA, yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da büyümeye ve markalaşmaya önem veriyor. Geçtiğimiz yılı sektörün çok üzerinde büyümeyle kapatan AVVA'nın hedeflerini ve hazır giyim sektörünün gelişimini AVVA Yönetim Kurulu Başkanı Volkan Atik ile konuştuk.

Öncelikle 2017 yılı değerlendirmesiyle başlayalım isterseniz...

2017 genel anlamda 2016'dan sonra iyi

diyebileceğimiz bir sene oldu. Genel olarak 2016 Türkiye açısından, kurumlar açısından kolay bir yıl değildi. 2017'nin ilk çeyreği talihsiz Reina saldırısından sonra 2016'nın benzeri gibi geçti, ikinci çeyreği biraz daha morallerin yerine geldiği, insanların biraz daha güzel hava solumaya başladığı bir dönem oldu. İkinci yarısı ise açıkçası daha da güzel geçti. Biz kendimizi bu süreçte çok iyi hazırlamıştık. Firmamız krizlere dayanıklı bir firma. Hem yönetsel hem finansal anlamda her zaman firmamızı doğru bir şekilde yönetmeye azami gayret gösteriyoruz. Bunun sonucunda 2017 yılı ciro bazında yüzde 38 civarında

bir büyüme ile kapattığımız olumlu bir sene oldu. Öngörümüz yüzde 30'du.

Sektör ortalamasının üstünde bir büyüme mi?

Sektör ortalamasının çok üstünde ama şunu söylemekte fayda var; 2015, 2016 ve 2017 yıllarında özellikle yeni mağazalar açmak için önemli bir yatırımımız oldu. Son 3 senedir biz her yıl 12'nin altında kalmamak üzere mağaza açıyoruz. Sadece 2017 yılında 18 tane mağaza açtık. Dolayısıyla büyümemizde bunun da etkisi var. 2018 yılını da yine yüzde 35'in üzerinde bir büyüme ile kapatmayı hedefliyoruz. İlk ayın verileri bunu fazlasıyla gösteriyor.

Biraz da mağazalaşma hedeflerinizi konuşalım...

Her şeyden önce biz mağazacılık anlamında büyümemizi nicelikli değil nitelikli büyüme ekseninde gerçekleştirmeye azami gayret gösteriyoruz. Bizim için önemli olan karlılıktaki büyüme. Bu manada baktığımız zaman 2017'de karlılıkta çok ciddi büyüme sağladık. 2018'de 12'si yurt içinde 12'si de yurt dışında olmak üzere toplamda 24 mağaza açacağız. Ocak ayında 100'üncü mağazamızı açtık. Bu 100 mağazanın 70'i yurt içinde 30'u da yurt dışında. Yurt içi ve yurt dışı mağaza sayılarını 100'e çıkartarak 2020'de toplam 200 mağazaya ulaşma hedefimiz var.

Peki, satış hacimlerinde yurt içi-yurt dışı dengesi kurulacak mı?

Şu an firmamızın önemli bir toptan ihracat hacmi var. Yurt içi-yurt dışı operasyonumuz eşit bir şekilde devam ediyor. AVVA, sadece yurt içinden gelir elde

eden bir marka değil. Diğer markalardan en önemli farkımız budur. Bu, bizim muhafaza etmek istediğimiz çok önemli bir özellik. 2016 yılındaki krizden sonra perakende markaları gerçeği gördü. Sadece yurt içinde mağazacılık yapmak biraz riskli bir durum. Bizim kira gibi döviz cinsinden giderlerimiz var. Bunu hedge etmek için yurt dışı satışlara ihtiyaç olduğunu gördü piyasa. Biz bunu çok önceden biliyorduk ve buna göre de davranıyorduk. Biraz önce söylediğim krizlere karşı dayanıklılığımız da buradan geliyor.

Yurt dışı mağazacılığı hangi bölgeleri kapsayacak?

Biz başlangıç olarak Türkçe, Rusça ve Arapça konuşan ülkeler üzerinde duruyoruz. Ve kısmen de Doğu Avrupa. Ama ben Türkiye açısından özellikle Türkçe, Rusça, Arapça konuşan ülkelerin çok önemli ve iyi pazarlar olduğu düşüncesindeyim. Malum, Avrupa hızlıca bir yaşlanma süreci içerisinde. Tüketim alışkanlıkları çok fazla değişmiyor, genç nüfus çok fazla yok. Gelişmekte olan ülkeler açıkçası bizim çok daha fazla dikkatimizi çekiyor. Ayrıca Avrupa'nın kendi pazarlarını domine etmiş güçlü markaları var. Bizim o markalarla rekabete girmek yerine söz ettiğim bölgelerde güçlenmemiz daha mantıklı olur. Bu, Avrupa pazarına girmeyeceğiz anlamına gelmiyor; günü gelir o bölgelere de gireriz.

Amerika pazarı size ne ifade ediyor?

Amerika'ya uzun süredir toptan olarak satıyoruz, satmaya da devam edeceğiz. Bir şovrumumuz var orada. Onun üzerinden zaten devam ediyoruz. Mağazacılık konusunda mastır franchise bazında görüşmelerimiz devam ediyoruz.





İran ve Suudi Arabistan sizin için nasıl şekilleniyor?

Suudi Arabistan'da 2 mağazamız var. İran'da 5. mağazamızı açtık. Bu bölgeler bizim için çok önemli bölgeler. Suudi Arabistan bölgesinde iyi bir grupta işbirliği içerisindeyiz. Onunla birlikte açıyoruz mağazalarımızı. İran pazarı da hızlı gelişmekte olan, gerçekten çok kuvvetli, geleceği de iyi gözüken bir pazar. Ama bir o kadar da dikkatli davranılması gereken bir pazar. Gelişmekte olan bu pazarlar içlerinde biraz risk de barındırıyor. Biz bölgede daha çok bayiler üzerinden büyütüyoruz.

O bölgelerde Paris, Milano, Londra gibi İstanbul modasından etkileniyorlar mı?

Ben kesinlikle etkilendiklerini düşünüyorum. Türkiye, onlar için önemli bir stratejik ülke. Ben aynı zamanda İstanbul Moda Haftasının Başkanlığını da yürütüyorum. İstanbul Moda Haftası olarak dünyada ilk 7'nin içindeyiz şu an. Bu da bizim dünya modasında ne kadar önemli bir yere geldiğimizin göstergesi. Artık Türkiye'de inşa halinde olan, kısa sürede dünyaya daha net gösterilecek bir moda endüstrisi yaratılıyor. Türkiye'de zaten bir hazır giyim endüstrisi var. Türkiye'de bir perakende endüstrisi de var. Moda endüstrisi çok ayrı bir kavram. Ben Türkiye İhracatçılar Birliği'nde de Başkan Yardımcılığı görevi

yapıyorum. Önemle yürüttüğümüz bir stratejik çalışma var. Birkaç yıl içerisinde Türk moda endüstrisinin izini ve gücünü daha net görmeye başlayacağız.

Bununla ilgili eğitim alt yapısı nasıl şekilleniyor? Üniversitelerimiz bu işin neresinde?

Bu alanda artık Türkiye'de çok iyi okullar, üniversitelerimiz içinde çok iyi bölümler, branşlar var; moda tasarım bölümleri var, tekstil mühendisliği bölümleri var. Diğer taraftan birtakım akademilerde artık moda editörlüğü, moda basını eğitimleri vesaire şeklinde eğitimler veriliyor. Ben bunu her yerde dile getiriyorum. Artık "Made in Turkey" olarak tüm dünyaya rüştümüzü gösterdik. Türk malı kalitelidir. Herkes bunu söylüyor. Artık bunu "Türkiye'de tasarlandı" cümlesine evirmemiz lazım, hızla eviriyoruz. Türkiye artık buraya doğru gidiyor. Artık markalar olarak bu işin öncü birlikleri olarak her yere giriyoruz. Türk modasını, Türk moda endüstrisini, Türk perakendeciliğini, Türk hazır giyiminin ne olduğunu gösteren çok güzel organizmalarız. Bizim gibi firmaların inşa olabilmesi için hazır giyim altyapınızın, moda alt yapınızın, mağazacılık alt yapınızın hepsinin bir arada olması lazım. Bu tek boyutta olmuyor. Ben hazır giyimi iyi biliyorum demekle olmuyor. Hepsini aynı anda başarmak gerekiyor. Bu yeni

bir iş modeli aslında. Türkiye’de bizim gibi firmalar artık bunu çok güzel başarmaya başladılar. Bu da arkasından uluslararası başarıyı getirecek.

Türkiye öz sermaye noktasında sıkıntı yaşayan bir ülke. Burada devletin teşviklerini yeterli buluyor musunuz?

AVVA, Turquality Programının içerisinde bir markadır. Ekonomi Bakanlığı’nın bu anlamda oluşturmuş olduğu destekler gerçekten olağanüstü. İşini iyi bilen markalarımız için inanılmaz bir destek. Yurt dışında yapılan her yatırımımızın yüzde 50 civarında karşılanıyor olması bizim için çok önemli ve çok değerli. Ben bu anlamda devletin elinden gelen her imkanı sağlamış olduğunu düşünüyorum. Buradan itibaren artık iş bizde.

Küresel anlamda markalaşmak için hazır giyim firmalarının bu programa mı dahil olması gerekiyor?

İlla Turquality Programı içinde olmak zorunda değiller. Bu destek paketinin farklı kategorileri var. Her kurulmuş olan Türk firması bir kere mağaza, ofis destek programına zaten otomatikman girmiş oluyor. Turquality ile diğer destek programlarının arasındaki fark aradaki limitler. Zaten bir günde 300 tane mağaza açma şansınız yok. O sürecin içine girdiğiniz zaman devlet de sizi desteklemeye uzunca bir süre devam ediyor. Kaldı ki bu projelerin bizlere en önemli katkısı para değil, know-how. Bizler bu işe akredite olmak için çok ciddi iç yapılanmadan geçmek zorundayız. Bizi tamamen uluslararası bağımsız kuruluşlar denetliyor. Bizim bunlara hesabımızı verebilmemiz için dört dörtlük bir alt yapımız olması lazım. Yoksa üstümüzü çizebilirler; işin gerçeği bu. Hiçbir şekilde bu konuda iltimas yok. Dolayısıyla biz kendimizi kurumsallık anlamında çok ciddi geliştirmek zorunda kaldık.

Hazır giyimde son 5 yıldaki markalaşma sürecini değerlendirecek olursak neler söyleyebilirsiniz?

Eğer söz konusu olan mağazalaşmak ise, mağazalaşmak ayrı bir iş kurmaktır. Yani biz işi babamızdan hazır giyimci olarak aldık. Ve hazır giyimci olarak da bir şirketimiz hayatına devam ediyor. Biz mağazacılığa geçme kararı aldığımızda AVVA Mağazacılık adında yeni bir şirket kurduk. Bu yeni bir iş modeli. Şimdi bu ayrımı yapmak lazım. Hazır giyimde mağazacılık giriş bariyeri yüksek bir iş. İyi yatırım istiyor; hem finansal açıdan hem emek açısından, know-how açısından ciddi yatırıma ihtiyaç duyuyor bu iş. Biz bir karar verdik, bedelini ödedik, firmamızı bu noktaya getirdik. Başka birisi bunu tercih edebilir ya da etmeyebilir. Her konfeksiyoncu marka olmak zorunda değildir. Yani “Ben imalatçı kalacağım, markalara imalat yapacağım.” demek de önemli bir karardır. Açıkçası dünyada Türklere başka yeni marka üreten ve iddiası olan başka kimse yok. Önümüzdeki birkaç 10 yıl içerisinde Türk markaları olarak dünyanın her yerine dağılacğız. Çünkü Avrupa

artık yeni marka üretmiyor. Avrupa bizim kadar iddialı ve agresif değil. Bu, Türkiye’nin 10-15 sene içerisinde çok net gerçeği olacak. Bizim gibi markalar dünyaya kendi operasyonları üzerinden ürün satmaya başlayacaklar. Biz her gün dünyanın her yerinden çok farklı franchise talepleriyle karşılaşıyoruz. Bunu da karşılayabilmenin tek yolu alt yapımız; alt yapımıza güveniyoruz.

Mağaza lokasyonunu belirlerken nelere dikkat ediyorsunuz?

Bizim mağazalarımızın yüzde 90’ın üzerinde alışveriş merkezleri içerisinde. Türkiye’de cadde mağazacılığı mesela İstanbul’dan pay çıkarsak birkaç ana caddeyle sınırlı. Bunun farklı pek çok etkeni var. İstanbul’un her bölgesi ayrı bir şehir. Bugün Avrupa yakasından Anadolu yakasına geçmek İstanbul’dan bir başka şehre gitmek gibi. Bu durum bir anlamda cadde mağazacılığını kısıtlıyor. Ya belediyecek anlayışımız yeni caddeler üretecek ya da alışveriş merkezlerinin ağırlığı devam edecek.

AVVA olarak online ticarete yeriniz nedir?

Toplam satışlarımızın yüzde 2-2,5’i online ticaretten geliyor. E-Ticareti çok önemsiyorum ve gelecek dönemde daha önemli yerlere geleceği kanaatindeyim. İstanbul’un kalabalığı, metropol yaşantısının yarattığı zaman azlığı online ticareti önümüzdeki süreçte daha fazla büyütecek. Ama ben şunu hiçbir zaman söylemiyorum; “Bir gün gelecek mağazalar kapanacak, her şey online satılacak.” Hayır, bu olmayacak, mağazalar hep olacak; biz de mağazacılık yapmaya hep devam edeceğiz. Online bizim toplam hacmimizin içerisinde büyümeye devam edecek. Ama hiçbir zaman kapsayıcı bir hale gelmeyecek diye düşünüyorum.





PARILTIM YEMEK GENEL MÜDÜRÜ BAHADIR AYDIN

BALKANLAR'DAN BAŞLAYARAK DÜNYAYA AÇILACAĞIZ!

“İlk 4'teyiz.” diyerek yemek sektöründe zirvede olduklarına vurgu yapan Parıltım Yemek Genel Müdürü Bahadır Aydın, bundan sonraki hedeflerinin Balkanlar'dan başlayarak yurt dışına açılmak olduğunu ifade etti.

Yemek sektörünün duayen ismi Necat Aydın'ın tecrübeleri ve bilgi birikimi ikinci kuşakta oğluna geçti. Mezun olduğu 2008 yılının ardından yaptığı çalışmalar sonrasında Parıltım Yemek'i kuran Bahadır Aydın, babasının misyonunu sürdürüyor. Babasından aldığı bayrağı daha da yukarıya taşımak hedefini vurgulayan Parıltım Yemek Genel Müdürü Bahadır Aydın ile hedeflerini ve yemek sektöründeki gelişmeleri konuştuk.

Öncelikle Parıltım Yemek'in tarihçesi ile giriş yapalım söyleşimize...

Grubumuz 1984 yılında Necat Aydın tarafından İstanbul'da Parıltı Yemek olarak kuruldu. O günün şartları ve o günün standartlarına göre çok kaliteli bir yatırımla kurulan bir mutfakla İstanbul'un ses getiren işlerinden birine imza attı. Akabinde 1998 yılında Parıltı Yemek hisselerinin yüzde 50'sini Compass Group'a sattı. 2002 yılında da kalan yüzde 50'yi devretti. Bu

süreçte 2002'den 2006 yılına kadar Necat Bey, Parıltı Yemek'in Genel Müdürlüğünü profesyonel olarak icra etti. Akabinde 2008 yılında ben üniversiteyi bitirince bu tecrübeyi, bilgi birikimini, alt yapıyı kullanmamız gerektiğini düşünerek bildiğimiz işi yapalım dedim ve 2010 yılında Parıltım Yemek'i kurduk. İki yıl içinde günlük 10 bin yemek gibi bir rakama ulaşmıştık. 2011 yılında güzel bir atılım yaptık. Ciddi yatırımlarla şirketi 1 yılda 19 kat büyüttük. 2012 yılının sonunda 80-90 bin kişiye yemek üretiyorduk. Bugün 150 bin kişiye yemek üretiyoruz. Yaklaşık 2 bin 500 çalışanımız var. Türkiye'nin 30 kusun ilinde hizmet veriyoruz. 200'e yakın tesisimiz var. Bunların büyük bir kısmı müşterilerin bünyesinde olan tesisler, yerinde hizmet verdiğimiz üretim yerleri. Ayrıca biz taşıma yemek kısmında da büyümeye çalışıyoruz. Çünkü orada ciddi bir pazar olduğunu ve kalitenin düşük olduğunu, bizim oraya kalite getireceğimize ve değerini yukarı çekeceğimize inanıyoruz. Merdiven altı dediğimiz

üretimlerin zaten aktif olduğu pazar burası. Bunu biz aynı zamanda sektörde bir sorumluluğumuz olarak görüyoruz. Son zamanlarda zaten ülkemizde talihsiz olaylar yaşandı. Burada gıda güvenliği ve o gıda zincirinin nasıl korunması gerektiği, hijyen standartları ve kalite kontrol sistemlerinin ne kadar önemli olduğu gündeme geldi. Bizim gibi firmaların değeri de anlaşılmaya başlandı.

Taşıma yemek kısmında sorun olduğu için mi yerinde yemek ön plana çıktı?

Yerinde yemek için öncelikle tesis gerekiyor. Tesise sahip olan firmalar daha taze yemek istedikleri için bunu tercih ediyorlar. Sonuçta taşıma yemek dediğinizde 9'da pişen yemek 12'de servis edilmesinden bahsediyoruz. Ama yerinde yemek dediğiniz zaman 11'de pişen yemeğin servisinden bahsediyoruz. Bu ciddi bir fark yaratıyor.

Peki, taşıma yemekte Türkiye'de bugün durum nedir?

Taşıma yemekte çok ciddi bir bilinmezlik var. İstanbul Ticaret Odasına kayıtlı 4 bin yemek firması var. Kayıtlı olmayan kim bilir kaç bin tane firmadan bahsediyoruz Türkiye'de. Biz bunların 50 tanesini tanıyoruz. Genelde 3-4 liraya yemek satışları söz konusu.

Bunların varlığı biraz da taleple ilgili değil mi? Bu noktada nelerin değişmesi lazım?

Aslında süreç hizmet alımından başlıyor. Almak istediğiniz hizmetin ne olduğunu bilmeniz, anlamanız önemli. Biz de satın alma yapıyoruz. Ham madde ve hizmet satın alıyoruz am nasıl alacağımızı bilerek, kaliteyi bozmadan alıyoruz. Çünkü aynı kaliteyi biz

de vereceğiz. 3-4 liraya yemek isteyen bir müşteriye zaten hiçbir zaman teklif vermiyoruz. Ama veren birileri çıkıyor. İşte burada onların bilinçlenmesi gerekiyor. Sadece 100 gram etin 4,5 lira olduğu bir ülkede nasıl bir porsiyon yemeği 4,5 liraya ürettiklerini ben gerçekten merak ediyorum. Ama gerekli gıda mühendisine, gerekli standartlara, gerekli belgelere sahip olmadan üretim yapan merdiven altı firmalar bu fiyatları verebiliyor.

Bununla ilgili yaptırımlar yetersiz herhalde...

Ancak bir vatandaş şikayet ederse bir denetim söz konusu olacak. Yoksa bununla ilgili herhangi bir girişim yok. Ama sadece denetim değil hizmeti alan firmaların, kişilerin bilinçli satın alma yapmaları gerektiğini düşünmüyorum.

Peki, müşteri portföyünüzün çeşitliliğinden bahsedelim, sektörel bazda dağılım nedir?

Bizim ağırlığımız ağır sanayide. Ağır sanayinin önde olduğu bir müşteri yapımız var. İkinci sırada okullar geliyor. Okullarda 2013 yılında ciddi bir atılım yaptık. Yönetim Kurulu Başkanımız Necat Bey okullardaki yemek düzeninin bir standarda bağlanması, sağlıklı bir hale getirilmesi için ciddi mücadele vermiş, ciddi projeler hazırlamış ve kendinde bir sorumluluk görüyor. Dolayısıyla hem sektör hem firma olarak okullarda çocuklarımıza, gençlerimize güzel, sağlıklı, kaliteli yemekler sunmak istiyoruz.

Yurt dışı ile ilgili nereleri hedefliyorsunuz?

Şimdi biz Parıltım Yemek'te ikinci Jenerasyon olarak öncelikle Balkanlar olmak üzere yurt dışında faaliyet göstermek için çabalarımızı sürdürüyoruz.





Yabancıların ilgisinin arttığı da görüldüğü sektörde... Size gelen teklifler var mı ortaklık konusunda?

Sektör güvenini biraz yitirdi Türkiye’de. Bu güven tekrar kazanılıyor mu? Nasıl görünüyoruz dışarıdan bilmiyorum. Bize gelen talepler oluyor. Biz ilgilenmediğimizi söylüyoruz. Çünkü bizim bir finansal yatırımcıya, bir desteğe ihtiyacımız yok. Biz, bayrağımızı daha yukarılara taşımaya, gelebileceğimiz noktaya gelmek istiyoruz.

2017 yılı sizin özelinizde nasıl bir yıl oldu?

Biz 2017 yılında yüzde 15 büyüdük. Ciro sal olarak baktığımızda yüzde 20’nin üstünde büyüdük. Bizim hedefimiz yüzde 7,5-8’di aslında. Biz 6 ayda hedefimizi tutturduk. Tabii, sektördeki bilinirliğimiz de çok artmaya başladı.

Sektörde kendinizi nerede konumlandırıyorsunuz?

Yerli sermaye olarak en büyüğüz. Sıralama zamanla değişse de, kurumsal, önde gelen firmalar arasında biz ilk 4’teyiz diyebilirim.

Girmek istediğiniz ama giremediğiniz bir sektör veya sektörler var mı şu an?

Evet, air catering var. Bu konuda fırsatları inceliyoruz. Yeni havalimanında biz de bu pazardan bir pay alabilecek miyiz diye yatırım şartlarını, yapılması gerekenleri inceliyoruz. Sonuçta Türk Hava Yolları’nın anlaşması var, hep olacak. Bizim hedefimiz zaten Türk Hava Yolları değil ama burası bir hub olacak, buraya dünyanın önde gelen birçok havayolu firması gelecek. Ve in-flight yemek pazarında faaliyet göstermek ve var

olmak istiyoruz. Türkiye’de bu sektörde en önde olmak bizim hedefimiz. O bayrağı biz taşımak istiyoruz.

Peki, ürün kalitesinde nelere dikkat ediyorsunuz?

Bizim için çok dikkat ettiğimiz bir süreç. Başta satın alma süreci var. Satın alma ekibimiz firmalarla görüşüyorlar, beklentilerini, kapasitelerini, lojistik imkanlarını değerlendiriyorlar. Bu değerlendirme sonucu olumluysa kalite kontrol ekibimiz üretim tesisini ziyaret edip sanki Sağlık Bakanlığı denetliyormuş gibi bağımsız bir şekilde denetliyor. Eğer denetim sonucu bir sıkıntı yoksa ve fiyat politikası da uygunsa o firmayı referans listemize alıyoruz. Ondan sonra bu firma bize kendi ürünlerini satmaya çalışıyor.

Fiyat artışlarıyla nasıl baş ediyorsunuz?

Bizde kontratlar belli sürelerde yapılır, belli zam periyotları ve zam oranı olur. Sektörümüz son 4-5 yıldır zam oranlarından olumsuz etkileniyor. Çünkü gıda enflasyonu bizim hesaplamalarımızın hep üstünde oluyor. Bir şekilde bu artışlardan etkileniyoruz ve bunu müşterilerimize anlatmaya çalışıyoruz. Ama sektörün önde gelen yabancı sermayeli firmalarının kontratlarında gıda enflasyonu maddesi yer almaya başladı. Biz de yeni kontratlarımıza bu maddeyi muhtemelen koyacağız.

Toparlayacak olursak son mesajınızı da almak isteriz...

Sosyal sorumluluk projesi kapsamında kitap okuma evi ile ilgili bir çalışmamız var. Bir de bu sene içerisinde ortaokul yaptıracağız inşallah. Bunların hepsi Muğla Milas’ta olacak.

JEOTERMAL SERACILIK

Yenilenebilir enerji kaynaklarının en önemlilerinden olan jeotermal enerji; günümüzde ilk planda elektrik üretimi daha sonra turizm, ziraat, endüstri gibi sayısız alanda kullanılabilen bir enerji kaynağıdır. Jeotermal enerji kaynaklarının bir çok faydası bulunmakla birlikte, bunların en başında yenilenebilir olması yani doğru kullanımla tükenmesi zor bir enerji çeşidi olmasıdır. Türkiye’de jeotermal kullanımı; kaplıca turizmi, seracılık gibi temel kullanımlarla sınırlı bir şekilde yürütülmekle beraber son yıllarda konut ısıtılmasına yönelik çalışmalar da yapılmaktadır. Jeotermal enerji tarımsal ürün üretim ve işleminde kullanılan önemli bir enerji kaynağıdır. Çünkü Jeotermal enerji denildiğinde başta elektrik üretimi ve merkezi şehir ısıtmacılığı akla gelmektedir. Tarımsal üretimde ise Türkiye’deki jeotermal enerjinin doğrudan kullanım alanı seracılıktır.

Hızla artan dünya nüfusuna paralel olarak gıda maddelerine olan talep de her geçen gün artış göstermektedir. İnsanlar çoğu zaman sebze ve meyveleri mevsimi dışında da tüketmek istemektedirler. Bu artan gıda talebinin ve mevsimi dışında sebze 3 meyve talebinin karşılanabilmesi için, birim alandan yüksek verimin alındığı seracılık, tüm dünyada her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Seralar, iklimle bağlı çevre koşullarının denetlenerek bitki yetiştirilmesine uygun ortam yaratan ve bitkisel üretimi yılın her mevsimine yayabilen tesisler olarak tanımlanabilir. Seraların daha geniş ifadesi ise; iklimle ilgili çevre koşullarına tümüyle veya kısmen bağlı kalmadan gerektiğinde sıcaklık, ışık, nem ve CO2 gibi faktörler denetim altında tutularak bütün yıl boyunca çeşitli kültür bitkileri ile bunların tohum, fide ve fidanlarını üretmek, bitkileri korumak, sergilemek amacıyla cam veya plastik gibi ışık geçirebilen malzeme ile kaplanarak değişik biçimlerde inşa edilen yüksek sistemli bir örtü altı yetiştiriciliği yapısıdır.

Sera ısıtmasının fosil yakıtlarla yapıldığı işletmelere oranla işçilik, kalite ve maliyetteki üstünlük jeotermal ısıtmalı seracılığa olan ilgiyi arttırmıştır. Seracılıkta en önemli unsurlardan biri olan ısıtma istenilen sıcaklığı sağlayacak koşulların oluşturulmasıdır. Sıcaklığın, iklim şartları ile sağlanamadığı durumlarda, üretimin kesintiye uğramaması için ısıtma gerekmekte, bu durum ise maliyetlerde artışa neden olmaktadır. Jeotermal enerjinin tarımsal üretim alanlarında kullanılması, bitkinin ihtiyaç duyduğu sıcaklığı sağlama yanında, aşırı sıcak dönemler hariç üretimin kesintiye uğramadan yılın her döneminde yapılabilmesine imkan tanımaktadır. Isıtmanın düzenli yapıldığı seralarda ürün kalitesi dışında hastalık riski de minimize edilmiş olur. Ülkemiz şartlarında, ısıtma giderleri ise sera karlılığını etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Seracılık işletmelerinde ısıtma giderleri, yetiştirme mevsimi, bölge ve ürün tipine bağlı olarak değişmekle birlikte toplam maliyetin % 25 ile % 40’ini oluşturmaktadır. Ancak bitkinin ihtiyaç duyduğu sıcaklığı sağlayacak yeterli bir ısıtma stratejisi verimi % 35-45 oranında artırabilmektedir. Bu nedenle jeotermal kaynak kullanılarak ısıtılan seralarda, bitki gelişimi ve döllenme için gereken sıcaklık daha ekonomik şartlarda sağlanmakta, bu sayede gerekli havalandırma yapılarak sera içi nem kontrol edilmekte ve bundan kaynaklanabilecek hastalıklar engellenmiş olup, verim yükselmektedir.



Sera Yatırımcıları ve Üreticileri Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Gaye Neslihan Budaklı

Bu avantajların yanı sıra seralarda Jeotermal enerji kullanılabilmesi için, uygun koşulların oluşturulması gerekmektedir; (1) ulaşılabilirlik, (2) buhar ve sıcak suyu pazarlanabilir bir ürün haline getirebilmek için dönüşüm teknolojisi ve (3) ticari kullanım için ekonomik olarak rekabet edebilecek proses. Bu çerçevede incelendiğinde her işletmenin kendine ait kurulum maliyetleri değişkenlik göstermektedir. Modern teknolojik topraksız kültür seraların maliyeti kullanılan teknoloji, sera örtü malzemesine ve ısıtma sistemlerine göre değişmektedir. Plastik diye tabir edilen polikarbon, çatı örtüsü naylon olan çelik konstrüksiyonlu ve bilgisayar kontrollü seralarda maliyet 50-60 Euro/m²’den başlarken, bu rakam çelik konstrüksiyonlu cam seralarda 75-100 Euro/m²’ye kadar çıkabilmektedir. Mevcut devlet desteklerinden kurulum aşamasında yararlanmak mümkün, fakat yatırımın başlangıcından önce sektörün canlanması ve jeotermal seracılığı yaygınlaştırmak için teşvik ve desteklerin ötesinde çalışma ve politikalara ihtiyacımız vardır. Seracılık taze sebze konusunda gıda sanayisini besleyen en önemli sektördür, tüketim alışkanlıkları nedeniyle kaliteli yapılan sağlıklı her ürün pazarda hakkettiği talebi görmekte fakat satış rakamları ve Pazar yönetimi bakımından üreticiyi tatmin eden bir politika yürütülememektedir.

Ülkemizde kurulan modern topraksız kültür seraların çoğunun ithal veya dış patentli oluşu ile otomasyon sistemlerinin tamamına yakınının ithal olması maliyetleri artıran diğer bir konudur. Bunun için seracılık alanında gerek sera konstrüksiyonu konusunda gerekse sera otomasyonları konusunda yerli teknolojilerin desteklenmesi gerekmektedir. Sera maliyetlerinin yüksek oluşu seracılığı ve dolayısı ile jeotermal seracılığı da olumsuz etkilemektedir. Ülkemizde seracılık yatırımları değişik şekillerde desteklenmektedir fakat bu destekler yeterli düzeyde değildir. Özellikle bürokratik işlemler için jeotermal seracılığın statü tanımının yapılması da ayrı bir önem arz etmektedir. Jeotermal kaynakların jeotermal mevzuat ile beraber kullanılmaya başlaması sonucu, seracılığa yatırım yapmak isteyen yatırımcıların sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Çevre açısından fosil yakıt tüketimine tercih edilmesi ve karbon salınımı olmadığı için çevreye verilen zararı ortadan kaldırdığı açıkça ortadadır. Çevreye zarar vermeden kurallarına uygun kullanılan jeotermal enerji üretimin yeşil, çevreci yüzü olarak tanınmalıdır. Fosil yakıtların doğrudan veya dolaylı olarak kullanımıyla ortaya çıkan çevresel sorunların etkin bir şekilde önlenmesi için, yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanılması gerekir.



İSTANBUL KÜLTÜR EĞİTİM KURUMLARI OKULLAR KOORDİNATÖRÜ BİRİZ KUTOĞLU

BİR MARKA SADAKATİ YARATTIK!

{ İstanbul Kültür Eğitim Kurumları'nın sektöründe ilk akla gelen marka olduğuna vurgu yapan İstanbul Kültür Eğitim Kurumları Okullar Koordinatörü Biriz Kutoğlu, veli ve mezun memnuniyetini sağlayarak bir marka sadakati yarattıklarını dile getirdi.

İstanbul Kültür Eğitim Kurumları inovasyonu kurum kültürü haline getiren az sayıda özel eğitim kurumundan birisi. 1960 yılından bu yana özel eğitimde ilk akla gelen isim olmayı başaran kurumun yeniliklerini Okullar Koordinatörü Biriz Kutoğlu ile konuştuk.

Eğitim yılının başından bugüne kadar ki çalışmalarınızı yenilikler itibariyle konuşalım istiyorum. Bu sene neler yaptınız?

Türkiye'de okullar genelde iki dönemdir; birinci dönem-ikinci dönem. Biz geçen yıl aldığımız kararla okulumuzu 9'ar haftalık 4 çeyrek döneme geçirdik. Bir hafta güz tatili bir hafta ilkbahar tatili olarak... Bu

yeniliği daha verimli bir eğitim için yaptık. Öğrencilerin bıkmadan usanmadan öğrenme heyecanının dinamik tutulması felsefesi üzerine kurguladık bunu. Uygulayan başka okullar da var elbette ama ender uygulayan okullardan biriyiz. Haliyle okulları 1 hafta önce açtık akademik takvime göre. Bu durum öğretmen hizmet içi eğitiminde bize bir hafta kazandırdı. Normalde okullarda öğretmen hizmet içi eğitimine zaman bulunamadığından dolayı sınırlılıklarla karşılaşılır. Biz bu sınırlılığı böylelikle kaldırmış olduk. Aslında iki dönem tarım toplumunun bize bir armağanı. İki dönem sonrasında 3 ay yaz tatilinin ülkemiz için büyük bir lüks olduğunu düşünüyorum. Çünkü ülkemizin çok çalışmaya ihtiyacı var. Özellikle eğitimcilerin çok

çalışmaya ihtiyacı var. Eğer dünyadaki lider ülkeler arasına girmek istiyorsak, çalışmak zorundayız. Ama verimli çalışmak tabii. Şimdi ilk 9 hafta çocuklar okula daha kolay intibak ediyorlar, özledikleri bir ortama geliyorlar, heyecanlı ve aktif bir biçimde periyotu tamamlıyorlar. Bunun bir faydası daha var, çok uzun zaman geçmeden öğrenciye geri bildirim veriyorsunuz. Yani 18 hafta sonundaki karne değil, 9 haftanın sonunda bir karne veriyorsunuz. Haliyle öğrenme eksikliklerini daha kolay telafi etme olanağına sahip oluyorsunuz. Güz tatili ardından ikinci çeyrek, sonrasında tabi sömestr tatili... Şu an üçüncü çeyreğin içindeyiz; Nisan ayında ilkbahar tatili var. Böylece de kışın yoğunluğunun ardından ilkbaharın heyecanıyla birlikte çocuklarımızı yine bıkmadan okulda tutuyoruz. Çünkü havalar ısınınca öğrencileri sınıfta tutmak zor olur. Bu sistem okulda verimliliği artıran bir yapı oldu. Aileler de çok memnun, çocuklar da. Çünkü okullarda ilk dönem çok ağır geçer okullarda. O ağırlığı attık böylece. Tüm okullardan 1 hafta önce açılıp bir hafta geç kapanıyoruz.

Peki, bu sistemin Türkiye’de tüm eğitim sistemine yayılması gerekmiyor mu?

Yayılabilir tabii. Önce pilot uygulama yapmak lazım. Ülkenin gerçeği, ülkenin coğrafi konumu, bölgelerin sosyo-ekonomik durumu, sosyo-kültürel durumu; bunların hepsi çok önemli. Fakat en tepedeki hedef eğitim verimliliği ise buna geçilmeli. Eğer geçebilirsek ülke olarak çok yol kat edebileceğimize inanıyorum. Tekrar altını çiziyorum özellikle öğretmenin hizmet içi eğitiminde gezi-gözlem-inceleme üçlüsü çok büyük öneme sahip. Öğrencilerimizin müfredatla ilgili vizyonunu genişletmek için de tüm gezi-gözlem-incelemeler o çeyrek tatillerde güz ve ilkbahar

tatilinde bile yapılabilir. Tatilden ziyade aslında bir yenilenme, bir vizyon geliştirme çalışması kurgulanır öğrenci ve öğretmen için. Öğretmenin hizmet içi eğitimi bir konferans salonunda bir seminer değildir. Tam tersine öğretmenlerin inceleme gezileri, mesleki gelişim için yurt dışı gezileri yapması gerekir. Bunların hepsi bu çeyrek dönemlere, sömestr tatiline ve yaza yansımali. Yılda 52 haftanın 36 haftası eğitim-öğretimdir. Kalan 16 haftanın belki 6 haftası tatil olmalı. Geriye kalan 10 hafta ise tamamen öğretmenin mesleki gelişimi için kurgulanmalı düşüncesindeyim.

Peki, siz öğretmenler için neler kurguladınız, neler yaptınız?

Öğretmen eğitimi İstanbul Kültür Eğitim Kurumları’nda çok üst noktadadır. Hatta kendi içinde bir markadır. Kültür Eğitim Geliştirme Merkezine (KÜGEM) çok önem veriyoruz. KÜGEM, iki ana dönemden oluşur bizde; Yaz ve Eylül dönemi olarak. Yaz dönemi Ağustos’ta başlar. Moral, motivasyon ve yıla özel açılış konuşmalarıyla başlar. Örneğin son iki yıldır Boğazda gemi turuyla başlıyoruz. Çünkü moral ve takım olmak çok önemli. Ardından geleneksel konuşmaları yaparız en üst düzeyde. Konuşmaların sebebi de o yılki hedeflerimizi öğretmenlerimizle paylaşmaktır. İlk gün böyle geçer. Ama ardından dört haftada çok yoğun hizmet içi eğitim programı uyguluyoruz öğretmenlerimize. Bu sene inovasyon üzerinde çok durduk. İki yıldır öyle ama bu sene daha da derinlemesine başladık. Sadece eğitici fikirleri değil, dünya ile ilgili fikirleri, günlük yaşamla ilgili fikirleri ele aldık. Öğretmenlerin kafasında hep inovasyon var. Bu tema ile başladık, devam ediyoruz. İlkbaharda öğretmenler için kurgulanmış çok farklı eğitimler var. Biz bu konuda İstanbul Kültür Üniversitesi’nden de büyük destek alıyoruz. Fen





Edebiyat, Mühendislik ve Mimarlık fakültelerimiz öğretmeni daha donanımlı kılmada önemli noktadalar. Bilgi transferini bu şekilde sağlıyoruz.

İnovasyon demişken, İnovasyon Kültürü Dergisi'ni de konuşalım biraz...

Geçen Haziran ayında okullar kapanırken İnovasyon Kültürü Dergisi'nin ilk sayısını çıkardık. Türkiye'nin inovasyon adıyla çocuklar ve gençler için hazırlanmış ve okul tarafından çıkartılan ilk profesyonel dergisidir. Basit bir dergi değildir. Bir girişimcinin çıkardığı süreli yayın ne ise, aynı kalitededir. 3 aylık bir dergi, 2. Sayısını Eylül'de çıkardık. Artık Eylül'den beri D&R ve Migros'larda satılan bir dergi. Çok talep gördü. İnovasyon, teknoloji, bilişim ile ilgili tüm fuarlarda okurların karşısına çıktık. Oralarda da çok talep gördü. Önemli bir ihtiyacı karşıladığının farkına vardık. Bu bizim için çok güzel. 3. Sayı yani Aralık sayısı için bambaşka sürpriz vardı. İstanbul Kültür Eğitim Kurumları evrensel bir bakışı olan bir kurum. Haliyle evrensel anlamda bilim-sanat-sportadaki gelişmeleri biz

hep takip ediyoruz. Bilimsel anlamdaki gelişmelerde tabii Nobel Ödülleri var. Her yıl okulumuzda Nobel farkındalığı önemli bir etkinlikler diziniyle gerçekleştirilir. Biliyorsunuz Ekim ayında Nobel sahipleri açıklanıyor. Daha sonra Alfred Nobel'in ölüm yıl dönümü olan 10 Aralık'ta İsveç Kraliyet Ailesi'nin himayesinde bir tören yapılır Stockholm'de. Nobel haftası orada etkinliklerle kutlanıyor. Biz Ekim ayında her sene olduğu gibi Nobel'i işlemeye başlıyoruz. İşlerken, elimizde dergimiz var, öğrencilerimizle birlikte ödül almaya hak kazanan bilim insanlarıyla iletişim kuralım dedik. Onlardan röportaj isteğimiz oldu ve ikisinden olumlu yanıt aldık. Biri fizik alanından Prof Dr. Barry C. Barish, diğeri de kimya alanından Prof. Dr. Joachim Frank'ti. Önce çocuklar inanamadılar, biz çok mutlu olduk. Hem derginin gücüydü bu hem de kurumun böyle bir farkındalığının oluşuydu. Ardından biz Nobel farkındalığı kapsamında ilişkilerimizi sürdürdük ve İsveç Kraliyet Ailesi'ne bu durumdan bahsettik. Son derce olumlu cevap verdiler. Ödüle layık görülen bilim insanları da Stockholm'de bizimle yüz yüze görüşmeyi kabul ettiler. Bizim için de bir salon ayrıldı orada. O salonda dünyada lise düzeyinde katılan tek okul bizdik. Bununla da kalmadık; İsveç Kraliyet Ailesi, bu çalışmalardan dolayı bizi Nobel Ödül Töreni'ne davet etti. Röportajlarımızı yüz yüze yaptık. Ardından ertesi gün Nobel Ödül Töreni'ne 1.300 davetliyle birlikte katıldık. Müthiş keyifliydi ve çocukların unutamayacağı bir olaydı. Artık dünyaya bakışları değişti. Zaten amacımız evrensel bakışı kazandırmaktı. Evrensel bakış ve inovasyon çalışmalarımız devam etti. Bundan bir önce Amerika'da yapılan bir matematik yarışmasında Türkiye'den ödül alan 2 lise de bizim okullarımız oldu.

Endüstri 4.0'ı konuşuyoruz malum... Şimdi bunun üzerine Eğitim 4.0 nasıl şekillenecek?

Anaokulundan başlayacak. Buradaki mesele girişimcilik becerisinin kazandırılması... Artık her yerde teknoloji var. Bütün okullarda akıllı tahta,



internet var, Avrupa'dan daha hızlı internet hızımız var. Yani bilgiye ulaşma yollarında problem yok. Problem düşünce becerisinin geliştirilmesinde... Üst düzey düşünce becerilerinin gelişmesine yönelik müfredat geliştirilmesi gerekiyor. Bunu yapmaksızın yaratıcılığın, yenilikçiliğin hakim olduğu öğretme sürecini planlamadan geçiyor. Bu da 3 yaşta başlamalı. Elbette ki kodlama, algoritma, yabancı dil bu konuda çok etken. Okullarımızı yeniledik. Artık okullarda 3D yazıcılarımız var, sanal gerçeklik gözlüklerimiz var, greenbox odalarımız var. Ama bu da yetmez. Önemli olan düşünce becerisinin geliştirilmesi ve girişimcilik ruhu. Bu noktada sistem çalışmaları önem kazanıyor. Çocukların analiz yapması, sentez yapması, değerlendirme yapması, problem çözme becerisinin gelişmesi gerekiyor. Bunun için de tamamen yaparak, yaşayarak öğrenmekle birlikte vizyon geliştirme çalışmaları ve motivasyon lazım. Yani "yapma bozarsın, başımıza icat çıkarma" gibi ifadelerin tam tersi 3-4 yaştan itibaren günlük dilimize girmeli. Yani soru soran çocuklardan bıkmamalıyız. O sorular onların üst düzey düşünme becerisini geliştiriyor. Sorgulayıcı, üretken kültürü de işe koşturmak gerekiyor. Teknoloji istediği kadar gelişsin, teknoloji tüketen değil, üreten kazınsın.

Temelde neler yapılması lazım bu yeni döneme hazırlık için?

Tabii ki devlet, özel okulların artırılmasına teşvik anlamında ciddi katkı sağlıyor. Devletin bu politikası olumlu... Burada belki devlet özellikle üniversite ile işbirliği yaparak öğretmen eğitim modelinin geliştirilmesini sağlayabilir. Bu noktada güncel bilginin Türkiye genelindeki öğretmenlere aktarılması, bir sistemin kurulması gerekir. Bu noktada sadece seminerler dizini yeterli değil, sistemin öğretmenlerin yaşamlarına dokunması gerekiyor. Daha sistematik pedagojik formasyondan bahsetmiyorum. Bir yüksek lisans eğitimi, öğretmenlerimizin çoğunun İngilizce bilmesi, İngilizce kaynak taraması yapması, her yaz bir şekilde dünyanın bir yerine birkaç hafta da olsa devlet tarafından mesleki eğitim için gönderilmesi. Devlet bir doktor veya mühendise nasıl yatırım yapıyorsa aynıısının öğretmene yapılması lazım. Ancak öğretmenin vizyonu gelişirse çocuk gelişir.

Biraz da markalaşma kavramını konuşalım... Siz bu konuda neler yapıyorsunuz?

İstanbul Kültür Eğitim Kurumları Okulları 1960'tan beri eğitimde marka olan bir okul. Diğer sektörlerde nasıl bazı isimler ilk akla geliyorsa okul denince de Kültür öyledir. Aklımıza gelen o isimler aslında onların o sektörde markalaştığının göstergesidir. Şimdi okul deyince İstanbul'da kaç okul sayılıyorsa onlar markadır. Yalnız marka demek kalite demek



değildir. Burada marka sadakati devreye giriyor. Biz marka değeri olan bir okuluz. Marka değeri de velilerin memnuniyeti, mezunlarımızın memnuniyeti, mezunların iş dünyasındaki yerlerini kapsar. Kültür Koleji'nin öğrettiği İngilizce ile iş hayatını yürüten ciddi bir mezun sayısı var. Bu çok önemli ülkemiz açısından. Ya da Kültür'ün kazandırdığı evrensel bakışla çok iyi üniversitelere yerleşmiş mezunlar var. Mezunlarımızın torunlarını okutuyoruz. Ya da torunun çocuğunu okutuyoruz. Bu da marka sadakatini sağladığımızı gösteriyor. Eğer bir marka bu duruma gelmişse başarılıdır.

Bir kadın eğitim yöneticisi sıfatınızla son mesajınızı da almak isteriz...

Eğitim camiasında kadınlar daha fazladır. Ve kadına belki en fazla yakıştırılan mesleklerden biri öğretmenliktir. Ancak ben kadınların tüm mesleklerde başarılı olacağına inanan biriyim. Çünkü duygusal yaklaşımıyla birlikte kadının girişimcilik, iş geliştirme ve iletişim becerileri daha yüksektir. İş hayatında bu becerilerin kadınlara kazandırdığına inanıyorum. İş hayatındaki kadınların toplumun gelişmesine son derece olumlu katkıları olduğunu görüyoruz. Devletimiz de bunu teşvik ediyor zaten. Bunda bir sıkıntı yok. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü evrensel bir gün; o gün bu özellikler ya da değerlendirmeler daha çok öne çıkıyor. Ama kadının toplumdaki önemi tek bir günde ele alınamaz çünkü kadın demek yaşam demek, üretmek demek. Yine Sanayi 4.0, iş geliştirme, üretim kültürü, iletişim konularında kadının çok büyük rolü olduğunu düşünüyorum.



SEMERKAND YAPI GENEL KOORDİNATÖRÜ CABİR BAYRAK

KENTSEL DÖNÜŞÜM BÖYLE DEVAM EDEMEZ!

{ Gerek yasal altyapı yetersizliğinden gerekse belediyeler, müteahhitler ve mülk sahipleri başta olmak üzere tüm tarafların sadece rant zihniyetiyle yaklaşmaları nedeniyle kentsel dönüşümün bir rant kapısı haline geldiğini vurgulayan Semerkand Yapı Genel Koordinatörü Cabir Bayrak, sağlam bir yasal altyapı oluşturulmadan kentsel dönüşümün mevcut haliyle sürdürülemeyeceğini ifade etti.

Konut sektörü son birkaç yıldır sıkıntılı bir süreç yaşıyor. Çeşitli kampanyalar ve teşviklerle durgunluğu aşmaya çalışan sektöre ivme kazandıracak konulardan birisi de kentsel dönüşüm. Ancak orada da bina dönüşümlerinin ötesine pek geçilemedi. Biz de kentsel dönüşümde yaşanan sıkıntıları ve konut sektörünün geleceğini Semerkand Yapı Genel Koordinatörü Cabir Bayrak ile konuştuk.

Halihazırda hayata geçirilmiş olan kentsel dönüşümü nasıl yorumluyorsunuz? Sizin zihninizde olan kentsel dönüşüm nedir?

Kentsel dönüşüm ülkemiz için özellikle de yaşadığımız şehir için olmazsa olmaz. Hayati önem taşıyor. Çoğumuz şu an tabutlarda yaşıyoruz. Özellikle İstanbul için

kentsel dönüşüm hemen bir rant kapısı haline getirildi. 1990'li yılların ortasından bu yana yapılan imar değişiklikleri yoğun bir yapılaşmaya ve ranta yol açtı. Maalesef kentsel dönüşümüne de böyle baktık. Sadece belediyelerin, müteahhitlerin bakmasıyla kalmadı bu sefer vatandaş da böyle baktı. Bir diğer acı tarafı da altyapısı hazırlanmadan, yasal zemine oturtulmadan başlanmasıydı. 2018 yılında da bu yasal altyapı halen yok.

Peki, bu süreçten ders çıkarılmadı mı? Yaşanan sıkıntılar, müteahhit tarafında da, belediyeler tarafında da, mülk sahibi tarafında da ders olmuyor mu?

Böyle gitmeyeceği belli oldu. Dersler alındı mı? Tedbir alındı mı? dersiniz, yanıtlım "Hayır" olur.

Sebebi nedir sizce?

Sebebi altyapısının olmaması, yasal zemine oturtulmaması ve insanların yeteri kadar eğitilmemesi. İnsanlar içinde yaşadıklarından daha küçük dairelere ve yeni inşaatın maliyetinin ceplerinden çıkmasına razı olmalı. Ama maalesef buna razı olmuyorlar. Bir de kentsel dönüşümde bu konular kişilerin inisiyatifine bırakmamalıdır. Yasa koyucu bu konularda zorunluluk getirmelidir.

O zaman halihazırda Kentsel Dönüşüm Kanunu'nda ciddi zafiyet var diyebilir miyiz?

İstanbul'da ilçe belediyeleri farklı, Büyükşehir Belediyesi farklı uygulamalar yapıyor. İlçe belediyeleri ya çekiniyorlar veya inisiyatifi Büyükşehir Belediyesi'ne bırakıyorlar. Siz yetkiyi ne kadar tek elde toplarsanız işler o kadar zor olur. Yerel yönetimlerin, ilçe yönetimlerinin yetkilerini Büyükşehir Belediyelerine verdiler. Büyükşehir Belediyeleri de son yıllarda imar değişikliklerini direkt Bakanlık masasına bırakıyorlar. Yani Büyükşehir'in de bir vasfı yok. Şimdiki Bakanımız Kayseri'de uzun yıllar belediye başkanlığı yapmış, işi bilen bir Bakan. Kendisi de mevcut durumdan şikayet ediyor ama çözüme yine ulaşamıyor.

Peki, çözüme nereden başlanmalı?

Kanundan başlanmalı ve eğitimle beraber. Vatandaş eğiteceksiniz, başka çaresi yok. Belediye başkanları ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı personeli apartman apartman gezip insanlara konuyu anlatacaklar. 1999 depreminden bu yana geçen 19 yılda İstanbul'da kaç bina yenilenmiş? Bir de kentsel dönüşüm parsel bazında değil, ada bazında olmalıdır. Parsel bazında olduğunda her parsel büyümek istiyor. Bu da zaten yetersiz olan altyapının iflas etmesine yol açıyor. Mesela Esenyurt'ta son 10 yılda nüfus 150 binlerden 1 milyona geldi. Şu an en az 50-60 bin yeni konut yapılıyor ve önümüzdeki birkaç yılda bitecek. Bunların getireceği bir yoğunluk var. Bu yoğunluğa cevap verecek bir altyapı yok. Ben 1989 yılında Esenyurt Belediyesinde Fen İşleri Şefi idim. Bugün gördüğünüz yerleşik mahallelerin altyapısı, yolları bizim planlamamıza göre yapıldı. Bu yollar bizim yaptığımız haliyle kaldı, ilave yapılmadı. Çünkü ilave edilecek boş Alan bırakılmadı. Olan boş alanların tamamına inşaat kondurdular.

Örneğin Esenkent. Esenkent 7200 konutluk bir toplu konut projesidir. Planlama buna göre yapıldı. (alt ve üst yapısı ile) buda 30.000-35.000 nüfus demektir. Mevcut yönetim 2014 yılından sonra yaptığı imar uygulamaları ile 20.000-25.000 nüfus artışı getirecek konut yapılmasına göz yumdu. Ama bizim planlamamız 35 bin nüfuslu bir yerleşim alanıydı. Sadece 2014'ten sonra en az yaklaşık 6 bin konut ilave edildi. Ama altyapı aynı kaldı. Esenyurt'ta yeni yapılan yapılarda 30-40 kattan aşağı kaç tane bina görebiliyorsunuz? Geçenlerde

habere konu oldu: Esenyurt'ta şu anda 40 binden fazla konuttede var.

Esenyurt Belediyesi'nin eski Başkanı bu konuda topu Büyükşehir'e atıyordu...

Bence hem yerel belediye hem Büyükşehir kusurlu. Esenyurt Belediyesi talep etmeseydi Büyükşehir Belediyesi o imar iznini vermezdi. Onun da üzerine çıktılar bir yolunu bularak. Yani yasayı arkadan dolandılar. Son uygulamalardan Cumhurbaşkanımız da, Başbakanımız da, Çevre Şehircilik Bakanlığımız da şikayetçi ama uygulama malum...

İnisiyatif alma noktasında galiba bir çekimserlik oluştu...

Doğru söylüyorsunuz. Çünkü yerel belediye bir şey yapmak istiyor Büyükşehir'e gönderiyor Büyükşehir müdahale ediyor. Projeyi gönderiyor, onaylamıyor. Mesela 6 aydır yıkılmış binalar var, halen bekliyor.

Bir de biten yapılarda iskan ruhsatı problemi yaşanıyor...

Türkiye'nin maalesef yıllardır bitmeyen sorunlarından bir tanesi. İnşaat ruhsatı verildikten sonra inşaatta yeterli denetim yapılmıyor. Çünkü inşaatları denetleyecek yapı denetim firmaları hakkedişlerini belediye aracılığıyla müteahhitten alıyor. Böyle olunca da müteahhit imalat aşamasında yeterince denetlenemiyor ve bir şekilde projenin dışına çıkıyor. Bu da iskan ruhsatı alınmasında problem yaratıyor.





Biraz da Semerkand Yapı olarak bugünkü projelerinize değinelim...

Bakırköy Zuhuratbaba'da Semerkand Line Bakırköy projemiz Mayıs-Haziran gibi bitme noktasına gelecek. Bir de Esenyurt Belediyesi'nin karşısında arsa mülkiyeti bize ait olan projemizi bitirmek üzereyiz. Bunun dışında devam eden projemiz yok ama Beylikdüzü'nde 2013 yılında yaptığımız Semerkand Line projesinin devamı niteliğinde olan bir projemiz var. Bu projeyi bu sene gündemimize alıp hayata geçireceğiz.

Semerkand Yapı olarak kentsel dönüşümde varlık göstermeyi düşünüyor mu?

Evet, daha önce niyet ettik. Mecidiyeköy bölgesinde geniş bir alanda yaklaşık 1-1,5 sene yoğun çalışma yaptık. Ciddi anlamda zamanımızı ve enerjimizi aldı. Fakat demin söylediğim rantsal zihniyetten dolayı vazgeçtik. Ama kentsel dönüşüm İstanbul için vazgeçilmez bir gerçek. Bu müteahhitler için de konut sahipleri için de öyle; bunu yapmamız lazım. Biz de kentsel dönüşüm projeleri yapacağız.

Peki, 2018'de sektörü nasıl değerlendiriyorsunuz? İnşaat sektörü nereye doğru gidiyor?

Konut arzın da balonlaşma söz konusu. Arz-talep dengelenmedi. Bazı bölgelerde konut açığı var bazı bölgelerde konut fazlalığı var. Bunun dışında dünyanın

ve ülkenin konjonktürü sektörün gidişinde çok etkili. Bir savaşın içerisindeyiz mesela şu anda. Bir de yabancı yatırımcıların Türkiye'de yatırım iştahını konuşmak lazım. Geçenlerde bir gazetemiz "Yap-sat devri bitti. Yap sabret devri başladı." diye başlık atmıştı. Özetle; 2018'in 2017'den pek farklı olacağını düşünmüyorum.

O zaman iflaslar masada olabilir mi?

Olabilir. Bankalar artık emlakçılığa başladı.

Bugün konut alacak vatandaş başının ağrıması için nelere dikkat etmeli?

Burada önce yerel yönetimlere güvenmek lazım. Tüketiciyi, koruyacak olan yegâne kuruluş yerel yönetimdir. Tabii ki müteahhit firmanın, yapımcı firmanın geçmişine de bakacak. Aslında konut sektöründe proje mühendisinden, yapı denetimcisine, müteahhidine, emlakçısına, arsa sahibinden belediyesine, tapu müdürlüğüne varıncaya kadar bütün paydaşların hepsinin çok temiz, çok düzenli çalışması lazım. Bu çarktaki bütün tarafların sorumluluklarının yasal zeminde belirtilmesi herkesin o yasal çerçeve içerisinde çalışması lazım.

Birde proje bitirme sigortası. Bu sistemin acilen hayata geçirilmesi gerekir.

EURO BÖLGESİNDE ÇARKLAR DÖNÜYOR



Euro Bölgesi ekonomik aktivitelerdeki iyileşmeyle birlikte 2018 yılında adından söz ettirmeye devam ediyor. Her ne kadar Avrupa Merkez Bankası enflasyon hedefinden uzak bir tablo çizmesine karşın artan istihdam ve yavaş yavaş yükselen ücretlerle birlikte bölgede tüketimin güçlendiğini, kapasite kullanım oranının yüzde 80 seviyelerinde olduğunu ilerlediğinin işaretlerini alıyoruz. Tabi ki bu durumda özel sektörde yaşanan genişleme dikkat çekiyor. Aşağı yukarı 2017 yılının ikinci çeyreğinde özel sektörde başlayan hızlanma 2018 yılında da devam ediyor. Son açıklanan PMI verileri bir miktar sarsılmış görünse de yüksek yerlerde olmayı sürdürüyor. Bu durum haliyle büyüme rakamlarına olumlu katkı sağlıyor. 2017 yılının sonlarında yayımlanan 2018 yılı değerlendirmelerinde yabancı kurumlar ve finans otoriteleri Euro Bölgesi büyümesine ilişkin beklentilerini yukarı yönde revize etmişlerdi. Bu beklenti global büyüme beklentilerine entegre bir şekilde devam oluşmasıyla Euro'ya pozitif yansıdı.

Mart ayı Euro Bölgesi için yoğun geçecek gibi görünüyor. Piyasalar ekonomik aktiviteleri izlemekle birlikte diğer bir yandan siyasi gelişmelere de odaklanacak. Öyle ki, 4 Mart Pazar günü İtalya'da genel seçimler gerçekleşecek. İtalya'nın sancılı seçim sürecinde sağ ittifakın öne geçip geçmeyeceği şimdilik soru işareti oluşturuyor. Genel seçim yapıp yeni hükümet kuruluncaya kadar Başbakan Paolo Gentiloni ve kabinesi, görevini sürdürecektir. Seçime yönelik süreç Euro'da şimdilik önemli bir değişim yaratmamasına karşın seçim sonucu etki yaratabilir. Diğer yandan Mart ayı Avrupa Merkez Bankası (ECB) ve Amerika Merkez Bankası (Fed) para politikası toplantıları gerçekleşecek. ECB'nin faiz kararını 8 Mart tarihinde alacağız. ECB'nin faizlerde her hangi bir değişikliğe gitmesini beklemiyoruz. Piyasa beklentisi de yine bu yönde. Ancak odaklanacağımız konu daha çok ECB'nin varlık alım programının sonlanıp sonlanmayacağına yönelik sinyaller. Hali hazırda ECB, Eylül ayına kadar 30 Milyar \$'lık varlık alım programını sürdürüyor. Piyasalarda büyük çoğunluk Eylül ayı sonrasında varlık alım programının sonlanacağına inanıyor. ECB'nin genişlemeci para politikasını gütmesinin ana amacı enflasyonun hedefine yakın bir yere doğru ulaşmasını sağlamak. Merkez Bankası bu dönemde enflasyon hedefine ulaşmakta zorlanıyor. Bu nedenle varlık alım programını 2018 yılı sonuna kadar sürdürebileceğini düşünmekteyiz. Bir diğer yaklaşımımız ise ABD ekonomisinin beklentinin üzerinde bir güçlenme sağlaması ihtimali ile Fed'in beklenenden daha hızlı faiz artırma süreci oluşmasından geçmekte. Böyle bir durumda ECB agresif hareket etmek istemeyecektir. Ancak ECB'nin her toplantı piyasalar açısından potansiyel olarak önem taşıyor.

Gelelim 21 Mart'ta gerçekleşecek Amerika Merkez Bankası kararına. Piyasalar Fed'den Mart ayında 25 baz puanlık bir faiz artırımını yapmasını bekliyor. Toplantı



İntegral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Uzmanı **Seda Yalçınkaya Özer**

yaklaşmaya başladığında piyasalar Mart ayı toplantısını fiyatlara daha çok yansıtmak isteyeceklerdir. Bu nedenle 21 Mart'ta kadar olan süreçte gerileyen dolar endeksinde oluşabilecek potansiyel yukarı yönlü tepkiler EUR/USD paritesinin geri çekilmesini destekleyecektir. Bununla birlikte muhtemelen piyasalar yeni Fed Başkanının alacağı kararların siyasi mi yoksa verilerin takibi sonucunda verilir verilmeyeceğini test etmek isteyecektir.

Euro/Dolar paritesi teknik görünümde yükselen eğilimini korumaya devam ediyor. Paritede şu sıralar oluşan momentum kaybı teknik açıdan paritenin 50 günlük ortalamasına doğru gerilemesini destekledi. Buna karşın parite yukarı yönlü seyirlere açık kalmaya devam etmekte. Önümüzdeki dönemde ABD Dolarına yönelik oluşabilecek yukarı yönlü güçlenmeler göz önüne alındığında paritenin yakın dönemde 1.22 seviyesine doğru gevşemesi söz konusu olabilir. Bu durumda EUR/USD'de satışların bu seviye üzerinde karşılanmakta zorlanması halinde baskı daha çok artacaktır ve yükselen trendin geçtiği 1.20 seviyesine doğru ivme kaybedebilir. Diğer taraftan ECB toplantısı sonucuna bağlı olarak piyasanın Euro cephesinde durmak istemesi halinde 1.2530 direnç seviyesine doğru yükselme potansiyeli bulunuyor. Ancak şimdilik Euro/Dolar paritesinde yukarı yönlü hareketlerin sınırlı kalacağı düşüncesindeyiz.



OTOKAR GENEL MÜDÜRÜ SERDAR GÖRGÜÇ

OTOKAR'IN CİROSU 1.79 MİLYAR TL'YE ULAŞTI!

Koç Topluluğu şirketlerinden Otokar, 2017 yılı finansal sonuçlarını açıkladı. 2017'nin Otokar için verimli bir yıl olduğunu belirten Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç, "Ekonomide yaşanan olumlu gelişmeler, faaliyet sürdürdüğümüz alanlarda da kendini gösterdi. Otobüs segmentinde liderliğini sürdüren Otokar, savunma sanayisinde önemli adımlar attığı başarılı bir yılı geride bıraktı. 2017 yılında ciromuz yüzde 9 artışla 1,79 milyar TL'ye çıkarken, net dönem kârımız 42,6 artarak 99,4 milyon liraya ulaştı. Otokar'ın 2017 yılındaki ihracatı ise 149 milyon dolar olarak gerçekleşti" dedi. Altay projesine ilişkin olarak Görgüç, "Türkiye'nin milli tankını tasarladık, seri üretim için göreve hazırız" dedi.

Türkiye'nin öncü otomotiv ve savunma sanayii şirketi Otokar, 2017 yılı finansal sonuçlarını paylaştı. Fikri mülkiyet hakları kendine ait ürünleriyle 5 kıtada 60'tan fazla ülkede faaliyet gösteren Otokar, kendi rekorunu yeniledi. 2017 yılında cirosunu yüzde 9 artışla 1,79 milyar TL'ye çıkaran şirketin net dönem kârı 99,4 milyon liraya ulaştı. Otokar'ın 2017 yılındaki ihracatı ise 149 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç, "Faaliyet gösterdiğimiz pazarlarda yaşanan daralmalara rağmen 2017'de başarılı bir performans sergileyerek sürdürülebilir büyümemizi koruduk. Kullanıcılarımızı

odak noktamıza alarak ihtiyaç ve beklentilere uygun ürettiğimiz ürünler, Ar-Ge ve mühendislik kabiliyetimiz, deneyimli ve yetkin insan kaynağımız, güçlü satış ağıımız 2017 yılında bizi başarılı finansal sonuçlarımıza taşıdı. 2017 yılında 3 bin 62 adet araç üreten Otokar, Türk savunma sanayisinde en büyük özel sermayeli kuruluşu konumunun yanı sıra faaliyet gösterdiği otobüs segmentleri toplamında liderliğini korudu" dedi.

2017 yılında savunma sanayiinde bir ilke imza attıklarını belirten Görgüç; "2017 yılında savunma sanayiinde Türkiye'nin tek kalemde imzalanan en büyük ihracat anlaşmasına imza attık. Otokar, geçen

yıl Birleşik Arap Emirlikleri'nin 8x8 zırhlı araç ihtiyacı doğrultusunda, yerel ortağıyla Al Jasoor şirketini kurarak savunma sanayisinde 661 milyon dolar tutarında anlaşma imzaladı. Bu anlaşma ile şirketimiz ihracat çalışmalarını teknoloji transferiyle genişletti" açıklamasını yaptı.

Serdar Görgüç, Türkiye'de teknoloji konusunda yetkinliğin artırılması hedefiyle millileşme ve yerleşme akımının etkisini artırdığını belirtti. Otokar'ın savunma sanayii alanında Türk Silahlı Kuvvetleri'nin öncü kara araçları tedarikçisi olduğuna ve 30'dan fazla ülkeye askeri araç ihracatı gerçekleştirdiğine değinen Görgüç, yüksek teknolojiye sahip Cobra II zırhlı aracın 2017'de Kara Kuvvetleri Komutanlığı bünyesinde sınır gözetleme görevi için tercih edildiğini ve Cobra II'lerin Birleşmiş Milletler görevlerinde rol almaya başladıklarını kaydetti.

Milli ana muharebe tankı Altay hakkında Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç şunları söyledi; "Türkiye, savunma sanayinde attığı cesur adımlarla son 10 yılda önemli bir dönüşüm yaşadı. Dünya devleriyle mücadele edecek alt yapıya, teknolojiye kavuştu. Yaşanan dönüşümden bugüne dışa bağımlılığı azaltacak birçok milli proje hayat buldu. Türkiye'nin tek milli kara araçları üreticisi olarak 2008 yılında Türkiye'nin ana muharebe tankını milli imkan ve kabiliyetlerle tasarlamakla görevlendirildik. Bu süreçte sahip olduğumuz tüm know-how'ı kullandık; teknolojimizi Altay'a uyarladık; Altay'ı başarıyla tasarladık ve geliştirdik. Pek çok deneyim kazandık, kabiliyetlerimizi güçlendirdik. Altay, ülkemiz topraklarında, milli bir tank olarak doğdu. Türkiye'nin kaynakları ile geliştirilen Altay, yine Türkiye'de yine milli imkanlarla seri olarak üretilebilir. Otokar olarak tasarım ve prototipleme döneminde elde ettiğimiz gücümüzü, deneyimimizi seri üretim safhasına da taşımak en büyük arzumuz. Seri üretim için hazırladığımız teklifimizi Savunma Sanayii Müsteşarlığı'na maliyet etkin, gerçekçi ve en az risk içerecek şekilde sunduk. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin acil ihtiyaç planına zamanında cevap vermeyi hedefledik. Devletimizin kararını bekliyoruz."

SATILAN HER 3 OTOBÜSTEN 1'İ OTOKAR OLDU!

Son 3 yıldır daralan otobüs pazarında 2017 yılında toplam bin 488 adet otobüs satışı gerçekleştiren Otokar'ın 25 kişi ve üzeri yolcu taşıyan otobüs pazarında yüzde 28 pazar payı ile liderliğini sürdürdüğünü belirten Görgüç; faaliyet gösterilen alanlarda satılan her 3 araçtan 1'inin Otokar markalı olduğunu söyledi. Serdar Görgüç, otobüs pazarında en çok ürün satışının yapıldığı küçük ve orta boy otobüs segmentinde ise her 5 otobüsten 2'sinin Otokar imzasını taşıdığını kaydetti.



Serdar Görgüç, "2017'de en çok otobüs satışı yaptığımız ihracat pazarları olan Fransa, İtalya ve İspanya'daki toplam otobüs parkımız 2 bin 500 adede ulaştı. 18,75 metre uzunluğu ile şehir içi toplu taşımacılıkta sahip olduğu özelliklerle yeni bir dönem başlatan Kent Körüklü aracını ilk kez ihraç ettik. Balkanlar'daki araç parkımız 500'ün üzerine çıktı. 60'tan fazla ülkede milyonlarca yolcu taşıyan Otokar araçları tabiri yerindeyse dünyayı taşıyor" dedi.

AR-GE'YE 10 YILDA 483 MİLYON TL HARCAMA YAPILDI!

Kuruluşundan bugüne sektörde birçok ilke imza atan Otokar, son 10 yılda cirosunun yüzde 4,4'ünü araştırma geliştirme faaliyetlerine ayırdı. Otokar, son 10 yılda toplamda 483 milyon TL Ar-Ge harcaması gerçekleştirdi. Otokar, tasarladığı ürün ve alt sistemler için son 10 yılda toplam 269 adet patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım başvurusunda bulundu.



DEFNE TELEKOMÜNİKASYON GENEL MÜDÜRÜ OĞUZ HALILOĞLU

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜMEYİ SAĞLADIK!

{ Zor bir alanda uzun süre hızlı büyüdüklerini söyleyen Defne Telekomünikasyon Genel Müdürü Oğuz Haliloğlu, 20 yılın ardından sürdürülebilir bir büyümeyi sağladıklarını vurguladı.

Defne Telekomünikasyon kurulduğu 1996 yılından itibaren iletişim ağları için telekom çözümleri, yazılım ürünleri ve hizmetler sağlayan Defne, kendi dalında önde gelen global bir firma. Defne'nin sunduğu çözümler abone deneyimini arttırırken, mobil operatörlerin ve servis sağlayıcılarının her potansiyel çağrını başarıyla sonlandırarak gelire dönüştürmelerini sağlıyor. Ürün portföyüyle mobil pazarlama, çağrı tamamlama, mesajlaşma, roaming, filtreleme ve OSS/BSS çözümleri sunan Defne Telekomünikasyon Orta Asya'dan Orta Doğu'ya, Asya-Pasifik Bölgesi'nden Afrika'ya, Avrupa'dan Güney Amerika'ya 20'den fazla ülkede 500 milyon üzerinde aboneye servis veren 25'ten fazla mobil operatöre ürün ve hizmet sunuyor. İstanbul merkezli Defne'nin Dubai, BAE ve Noida, Hindistan'da da ofisleri bulunuyor. Birden fazla yılda Deloitte Teknoloji Fast 500 EMEA ve Deloitte Teknoloji Fast 50 Türkiye programlarında sıralamaya giren Defne Telekomünikasyon'un ürün ve hizmetlerini Defne Telekomünikasyon Genel Müdürü Oğuz Haliloğlu ile konuştuk.

Defne Telekomünikasyon'u geçmişten bugüne özetleyecek olursak neler söyleyebilirsiniz?

Defne Telekomünikasyon Türkiye'de Telekom operatörleri için alt yapı çözümleri sunan az sayıda şirketten biri. Bu alanda 22 yıldır çalışıyoruz. 20'den

fazla ülkede iş yapıyoruz. Yurt dışında 3 yerde ofisimiz var. Pazar payımızı arttırmaya çalışıyoruz. Bunun için de çok çalışıyoruz. Bütün ürünlerimizi burada üretiyoruz yurt dışına satıyoruz. Zor bir alanda büyümeye çalışıyoruz. Uzun süre hızlı büyüdük. 20 yılın ardından biraz yavaşlamakla birlikte sürdürülebilir bir büyüme sağlıyoruz.

Bu 20 ülke dağılım olarak hangi bölgelerde?

Ağırlıklı olarak CIS(BDT: Bağımsız Devletler Topluluğu) bölgesi var. Onun dışında Asya Pasifik Bölgesi'ne çok ağırlık veriyoruz. Latin Amerika var az miktarda. Son olarak Afrika pazarına çok önem veriyoruz. Genel olarak bizim ürünlerimiz geliştirmekte olan ülkelerde ARPU (Abone başına aylık ortalama geliri) seviyesi düşük operatörlere hizmet eden ürünler. Bizim temel bilgi birikimimiz, çözümlerimiz bu düşük gelir segmentinin büyük olduğu operatörlerde bu segmentten daha fazla gelir üretmeye yönelik çözümler. Türkiye aslında çevre ülkelere göre teknik bilgi birikimi açısından iyi bir konumda. Aslında bizim ürünlerimiz başlangıçta belli teknik zorlukları aşmak amacıyla tasarlanmıştı. Ancak zaman içinde insanların kullanım alışkanlıkları ve operatörlerin ilerlediği yolda görüldü ki, teknik zorluğu aşmak için tasarlanan şey aslında değer üretiyor. O nedenle bu alana yöneldik. Sonra gelir seviyesi çok daha küçük yerlere gittik. Operatörün gelir seviyesi ne kadar düşük ise bizim ürünlerimiz orada o kadar değerli hale geliyor. Örnek verecek olursak, Türkiye'de hiç iş yapmayan bir servis Özbekistan'da çok gelir getirebiliyor. Özellikle Türkiye gibi bankacılık sistemi



ve satış ağı yaygın olmayan ülkelerde ürünlerimiz daha fazla gelir getiriyor. Bu nedenle biz de çevre ülkelere yöneldik. Diğer taraftan Türkiye bölgesel bir güç. Türkiye'deki operatörler de altyapı, hizmet çeşitliliği açısından bölgesel bir güç konumunda ve bölge ülkeler tarafından izleniyorlar. Türkiye'de bir çözüm yapıldıysa biz de bunu uygulayalım diyorlar. Türkiye'den bunu üreten firmalarla temas kuruyorlar. Bunun da bizim gelişimimizde olumlu etkisi oldu.

Rusya pazarında durum nedir sizin için?

Rusya'da çok rakibimiz var. Rus pazarı büyük ama rakipler çok ve güçlü. Ruslarla CIS Bölgesinde ciddi bir rekabet içerisindeyiz. Ruslar fiyatı çok aşağıya çekiyorlar. Direkt olarak fiyat üzerinden rekabet ediyorlar.

Yazılımda Hindistan'ın ismi çok anılıyor. Hindistan bu gelişimi nasıl sağladı?

Hindistan teknoloji alanında hızlı ilerliyor ama iş yapmaya kalktığınızda bir banka hesabı 1 hafta-10 günde açılıyor. Hindistan kapalı ekonomiydi. Kapalı ekonomi olunca ve iç talep de yüksek olunca ona göre hem bilgi hem nakit biriktirebiliyorsunuz. Hindistan'da nüfus büyük. Bizden 12-15 kat fazla insan var. Yaygın eğitim kötü ama yüksek eğitim çok iyi. İyi öğrencilere sağlanan iyi imkanlar var. Amerika'ya, İngiltere'ye gidip eğitimini orada sürdürülebiliyor. Devlet de bunu sağlıyor, aileler de bu bilinçte. Şartlar zor olduğu için insanlar çok çalışmak zorunda.

Ona rağmen sonuç yok...

Ortada rekabet ve çaba olmadığı sürece bir sonuç olmuyor. Ciddi rekabet olacak, kaç doğru yaparım rekabeti değil, hayatta kalma rekabeti olacak ki insanlar çalışsın. Bir de diğer çevresel faktörler var. Siz eğer milli

ve yerliyi destekleyeceğiz deyip bunu bilfiil kendiniz yapmıyorsanız sonuç alamazsınız.

Üniversite-sanayi işbirliğinde yol haritası ile ilgili bir problem var mı sizce?

Türkiye'nin genel olarak yol haritası problemleri vardır. Türkiye'nin en güçlü olduğu alan nedir? İnşaatır mesela. Türkiye'nin inşaatla ilgili yol haritasında problem vardır. Türkiye'de genel olarak 200 tane üniversite olmaz. 200 tane okul olur ama bunlara üniversite denmez. Çünkü üniversite dediğiniz şey bilim üretmek ve kültür üretmek amacıyla kurulur. Bugünkü üniversitelerin çoğu bölgesel kalkınmayı ve ekonomik sirkülasyonu sağlamak için kurulmuş olan üniversitelerdir. O üniversitelerin öğrencilerinin yaptığı harcamalarla paranın bir yerde toplanmasını değil, onun sürekli olarak dönmesini sağlıyorsunuz. Ama bu gerçek bir değer üretmiyor. Bu noktada ciddi bir yol haritası sıkıntısı var. Türkiye'nin Boğaziçi, ODTÜ, Koç, Sabancı, Bilkent, İTÜ gibi iyi eğitim veren, gerçekten araştırma yapan, araştırmaya değer veren üniversitelere ihtiyacı vardır.

Son olarak Barselona'daki MWC (Mobile World Congress) 2018'de tanıttığınız 3 yeni ürünle ilgili neler söylemek istersiniz?

Akıllı Pazarlama Platformu yapay zeka teknolojisiyle mobil operatörlere daha kapsamlı bir pazarlama çözümü sunarken, Voice Assistant yapay zeka fonksiyonları ile abonelerin müşteri hizmetlerini aradığında karşısına çıkan menülerde kaybolmak yerine, söylediğini doğru bağlamda anlayıp verilere dayalı doğru cevabı anında verebilen bir sistemle karşılaşmasını sağlayacak. Omni-Channel Service Platform ile ise operatörler komplike projelerini çok daha kolay ve hızlı bir şekilde üretilip abonelerine sunabilecek ve müşterilerine kanaldan bağımsız olarak kusursuz bir deneyim sunmalarını sağlıyor.



KARSAN PAZARLAMA GENEL MÜDÜRÜ MUZAFFER ARPACIOĞLU ANA HEDEFİMİZ İHRACAT!

Karsan'ın 52 yıllık geçmişiyle toplu taşıma sektörüne farklı iş modellerinde hizmet ettiğini söyleyen Karsan Pazarlama Genel Müdürü Muzaffer Arpacıoğlu, ana hedeflerinin ihraç pazarlarına Karsan markasıyla girmek olduğunu, bu anlamda ciddi aşama kaydettiklerini dile getirdi.

Bursa'da, toplu taşıma ve ticari araç üretimi gerçekleştiren Karsan kendi ürünlerini sıfırdan tasarlayıp üreten ve pazara sunan yüzde 100 Türk markası olarak Avrupa'da ve ABD'de de önemli ihalelere giriyor, ticari araç alanında dünyaya çözümler sunmayı sürdürüyor. Son olarak BMW ile yaptığı tedarik anlaşması ile dikkat çeken Karsan'ın hedeflerini Karsan Pazarlama Genel Müdürü Muzaffer Arpacıoğlu ile konuştuk.

Karsan, 2017'yi gerek adetsel üretim gerek ciro anlamında nasıl kapattı?

2017 iyi bir yıl oldu. Yurt içinde 3 tane ürünümüz var; bir tanesi, hatlı minibüs pazarında, yani yurt dışında olmayan bir pazar. Burada 1.200 civarında Jest satıldı. Bu da yüzde 30-32'ye denk geliyor pazarda.

Nisan ayında Jest'i yeniledik, Jest + modeline geçtik. Görüntüsü Biraz daha farklılaştı. Çekiş gücü biraz daha artırıldı, tırmanma kabiliyeti ve araç kapasitesi biraz daha artırıldı. Avrupa'da sattığımız araçların bire bir aynısını Türkiye'de satıyoruz. Bu Pazar belediyelerin araç parkını ne kadar modernleşmek istedikleriyle alakalı. Alçak taban şartı var ama uygulamayan belediyeler var. Hala 15-16 senelik araçlar geziyor. Engellinin, yaşlının binmesi çok zor. Geçen yıl Ordu'da 110 tane Jest aracı satarak Karsan tarihinde ilk defa Karadeniz'de filo satışı oldu. Ordu Belediyesi oradaki parkı yeniledi. Atak modeli 8 metre sınıfının yaratıcısı. Geçen sene bizim birkaç rakibimiz de aynı sınıfa girdi. Dolayısıyla bir segment yaratıldı. Bu yurt için de, yurt dışı için de geçerli. Karsan, bu anlamda Atak'la bu segmentin öncüsü oldu. Geçen sene 140 adet Atak

satıldı Türkiye’de. 140 adetle de 8 metre segment sınıfında yüzde 42’lik pazar payı elde ettik. İç pazarda bir de Star modelimiz var. Star lüks koç tipi 29 kişilik aracımız. Turizme yönelik üretildi. Ancak turizm büyük darbe yediği için o segmentte kimse alım yapmadı. Geçen sene 15 tane Star Land Eskişehir Belediyesi’ne, 23 tane Yeditepe Üniversitesi’ne verildi. Star’ın Türkiye pazarında lansmanını geçen sene yaptık. Onun da türevlerini yurt dışı pazarlar için geliştiriyoruz. Yurt içi pazarından son derece memnunuz ama dar bir pazara hitap ediyoruz.

Peki, nasıl bir rekabet yaşıyor ticari araçta?

Jest genelde kamyon içerisine koltuk yerleştirilerek dönüştürülen araçlarla rekabet ediyor. Kurallar var uygulanmıyor: Alçak taban kuralı var uygulanmıyor, 10 yaş kuralı var uygulanmıyor. Uygulayan belediyeler olursa o değişimin partnerlerinden bir tanesi de biziz.

Yurt dışı pazarlarınızı da konuşalım biraz...

Amerika apayrı bir pazar. Amerika’da USPS projesi, bir de Miami için otobüs dizayn ettik. O araç geziyor orada, bir tane Star aracımız geziyor orada ve Kanada’da geziyor. Bizim ana hedef pazarımız Batı Avrupa. Şu ana kadar en büyük satışı yaptığımız ülkeler komşu ülkeler. Yani Romanya, Bulgaristan... Şimdi yavaş yavaş geliyor; Slovakya, Slovenya, İtalya. Yunanistan, Azerbaycan gibi ülkeler ekleniyor.

Orada zorlu rakipler mi var?

Şimdi ne Atak’ın ne Jest’in birebir rakibi yok. Orada aynı boyutlarda araçlar yok. Orada hatlı minibüs diye bir kavram yok. Şimdi orada elektrikli Jest’e çok ciddi talep var. Sadece Kortrijk Fuarında Fransa’dan 80 tane talep geldi. Çünkü menzili uzun, boyutları kompakt. Özellikle

Avrupa’daki eski şehirlerde çok hızlı manevra kabiliyeti gerekiyor, dağlık yerlerde çekişinin iyi olması gerekiyor. Bunların hepsini bizim aracımız sağlayabiliyor.

Dolayısıyla oralarda önce teşkilatı kurup ondan sonra da yayılmaya başladık. Geçen sene bir önceki yıla göre satışları 3 misline çıkardık. Bu sene de üç misli büyüme hedefliyoruz.

Rusya ve İran sizin için ne ifade ediyor?

Rusya zor bir pazar. Rusya’da üretim yapmanız lazım. İran çok büyük bir pazar. İran’dan çok büyük talep geliyor. Adetler çok büyük ama reele dönüşmesi zor. Şartlar oluşursa ileride bu taleplere karşılık verilebilir.

Karsan, bulunduğu coğrafyalarda servis imkanını nasıl sağlıyor?

Distribütörler vasıtasıyla sağlanıyor. Biz sattığımız her aracın daima yürümesini istiyoruz. Sattık, sonra unuttuk diye bir konsept mümkün değil. Özellikle distribütörlerle servis ağını oluşturuyoruz. Sonra yedek parça ağını oluşturuyoruz, ondan sonra araçlar gidiyor. Ve buradan da destek veriyoruz.

Türkiye’de belediyelerin otobüs alımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

2013 yılında İETT’ye 240 adet solo tip 12 metre CNG’li ve 250 adet körüklü 18 metre dizel olmak üzere toplam 490 adet otobüs sattık. Bunlara hizmet veren garajları da işletiyoruz. Araçların A’dan Z’ye bütün bakım ve onarımını yapıyoruz. 350-400 kişilik bir ekibimiz var orada. Bu da bizim iş kollarımızdan bir tanesi. Bizim 1000 civarında otobüsümüz belediyelerde çalışıyor. Ancak belediyelerde şu anda gözlemlediğim kadarıyla çok fazla alım yok.





Araç teknolojisinde orta ve uzun vadede ne gibi değişimler bekleniyor?

Elektrikli araç üretimiyle başladı, otonom araçlara doğru gidiyor.

Siz kendinizi nasıl hazırlıyorsunuz buna?

“Sınırsız Ulaştırma Çözümleri” hedefimiz doğrultusunda Finlandiyalı mobilite servis operatörü MaaS Global’e yatırım yapan ilk otomotiv şirketi olduk. Toplu taşıma ile bireysel ulaşım arasında bir köprü oluşturan bu iş konsepti büyüyor. MaaS Global ile birlikte entegre çözümler üzerine çalışıyoruz. Aracı elektrikli yaptıktan otonom hale getirmeye çalışıyoruz. Ama bu 4-5 yıl sonra uygulamaya geçecek bir proje. Bizim önce elektrik işini oturtmamız gerekiyor. Jest’in dışındaki diğer modellere uygulanacak. Daha sonra Atak için uygulanacak. Diğer taraftan Bozankaya ile elektrikli otobüs üretimindeki işbirliğimiz sürüyor.

Karsan özelinde 2018’de öngörüleriniz hedefleriniz neler?

İhracatta geçen seneyi yüksek atlamak durumumuz var. İç pazarda zor bir yıl olacak. İlk yarı onu gösteriyor zaten. Jest’te geçen senenin adetlerini yakalama hedefimiz var. 5-6 yeni proje takip ediyoruz, onlar olursa Karadeniz genelinde artış olacak. Belediyelerde çok fazla otobüs ihalesi yok benim gördüğüm kadarıyla. Geçen sene çok yüksek değildi, bu sene de fazla kısırdanma görünmüyor. Atak’ta satışlar biraz daha fazla. Çünkü o segment özel halk otobüsüyle büyüyor.

Turizme yönelik araç üretimi ne durumda?

Bizim ürettiğimiz araç biraz daha fazla lüks segmentine giriyor. Bu seviyede biraz fiyat odaklı gidiyor. Orada ne kadar yol alırsanız bilemiyorum. Star modelimizi daha çok yurt dışı pazarlar için geliştiriyoruz. Yurt dışında bir



talep var. Jest ve Atak Türkiye için önemli olan modeller. Umarım, daha fazla belediye Jest aracımızı denemek ister. Mevcut talepler yüksek adetlerde değil.

Son mesaj olarak neler söylemek istersiniz?

Karsan, 52 yıllık geçmişiyle toplu taşıma sektörüne farklı iş modellerinde de hizmet ediyor. Fason üretimden kendi markasıyla üretim yapmaya, entegre hizmetlere kadar... Ana hedefimiz ihrac pazarlarına Karsan markasıyla girmek. Bu anlamda ciddi aşama kaydediyoruz. Her yıl da gerek üretim gerek satış rakamlarımızı büyütüyoruz. Sektöre uygun modeller üretiyoruz. Ar-Ge faaliyetlerimiz bu anlamda devam ediyor. İlk defa elektrikli minibüsü pazara sunup bunu yurt dışı pazarlarda satmak projelerimizden bir tanesi. ABD Posta Servisi’nin (USPS) Projesi eğer kazanılırsa Türkiye’deki en büyük ticari araç projelerden birisi olacak.



AMA SEVİYORUM ANNEE!

Sizin de sevdiklerinize
armağan edeceğiniz binlerce hediye
LSV Dükkan'da...



online alışverişleriniz için

www.lsvdukkkan.com

DNA'YI ETKİLEYEN 7 SEBZE!

Hangimiz istemez ki daha uzun ve sağlıklı bir hayatımız olsun. Sevdiklerimiz ve kendimiz sağlık açısından daha kaliteli bir yaşam sürmek istiyorsak bunun beslenmeyle doğrudan ilişkisi olduğunu söyleyen Diyetisyen Emre Uzun önemli altın kurallar veriyor.



Pazı, kara lahana, lahana ve diğer yapraklı sebzeler yiyebileceğiniz en besleyici besinlerdir. Bu sebzeler A,B,K ve diğer vitaminler, esansiyel minerallerden kalsiyum, demir, potasyum, magnezyum ve hücre tahribatını engelleyen antioksidan açısından zengindirler. Bu besinleri beslenme düzeninizde ağırlıklı olarak tüketmeye başlarsanız, özellikle hücre tahribatının engelleyeceğinizi söyleyen Diyetisyen Emre Uzun, bugün insanoğlunun hayatındaki en önemli sağlık problemlerinin hücre deformasyonu ile ilgili olduğunu vurguluyor.

İŞTE 7 MUCİZE BİTKİ;

Kansere Karşı Pazı: Bu bitki en bilindik iki antioksidan için kaynaktır: Syringic asit ve kaempferol. Önce karbonhidratları basit şekere dönüştüren enzimi inhibe ederek kan şekerini düzenlemede yardımcıdır. Kansere sebep olan toksinlerden diğer hücreleri korur, inflamasyonu azaltır, kalp hastalığı, diyabet ve diğer kronik hastalıkların riskini azaltır. Yapacağınız sandviçlerin veya wrapların içinde pazı seçtiğimizde kalori alımını korurken antioksidan alımımızı arttırmış oluruz. Diyetisyen Emre Uzun, pazı pişirmenin de bir tekniği olması gerektiğini söylüyor. Yaprakları kökünden kesin, soğukken Sandviçinizi kinoa, esmer pirinç, keçi peyniri, ızgara tavuk, tatlı patates, domates ve diğer sebzelerle doldurun veya pazı kökünü sarımsak ve zeytinyağıyla soteleyin. Yaprakları, kuş üzümü, çam fıstığı ekleyin, birkaç dakika pişirip servis edin.

Gençleştirici Besin Sarımsak: Sarımsak; 33 çeşit kükürt bileşiği, 17 çeşit aminoasit, flavonoidler, çinko, magnezyum, kalsiyum, A vitamini, B ve C vitaminleri içermektedir. Diyetisyen Emre Uzun "sarımsak içerdiği antioksidanlar ile sigaranın, kirlenmiş havanın ve çeşitli kimyasalların vücuda verdiği zararlı etkilerin giderilmesi ve vücuttan biriken toksinlerin atılmasına yardımcıdır" diyor. Ayrıca kan yağlarını azaltan, kan pıhtılaşmasını önleyen, tansiyon düşüren, kan damarlarını koruyan antioksidan, antimikrobiyal, antiviral ve antiparazitiktir. Son yapılan çalışmalarda sarımsağın genlerimizi etkilediği bulunmuştur. Bu özelliği ile epigenetik bir besin olan sarımsak DNA diziliminde hücre yıkımını önleyerek yaşlanmayı geciktirmektedir. Doğal hayatta yaşanan stres, üzüntü, hareketsizlik hücre yıkımını arttırmaktadır. Tüketilen sarımsakla bu yıkım azalmaktadır.

Diyabete Karşı Brokoli: Emre Uzun brokolinin yüksek düzeyde başta A ve C vitamini olmak üzere yüksek

düzeyle vitamin, lif, potasyum ve kalsiyum içerir, yapısındaki sülforafen fitokimyasalları ile yüksek kan şekerinin damar çeperleri ve doku hasarına yönelik yarattığı hasarları azaltabileceğinin altını çiziyor. Buna ek olarak diyabetin verdiği zararı azaltmada oldukça etkilidir. Göz sağlığı için gerekli olan lutein ve zeaxantin yönünden zengindir. Brokolinin maküler dejenerasyon, katarakt gibi göz hastalıklarında olumlu etkisinin olabileceğine dair araştırmalar bulunmaktadır. Bu içeriği ile diyabetin ilerleyen safhalarında göze verdiği zararı azaltmada oldukça yararlı olacaktır. Brokoliden en iyi faydayı almak istiyorsanız buharda hafif pişiriniz. bu sebzededen maximum fayda sağlamak için çiğ olarak tercih edilebilir.



Kolestrole Kara Lahana Takviyesi: Diğer yeşil yapraklılar gibi kara lahana midenin asidini en iyi bağlayan sebze olduğunu belirten Diyetisyen Emre Uzun, kara lahananın kolesterolün düşmesine ve kanserden bile korumaya yardımcı olduğunu vurguluyor. Kara lahana ayrıca vücudun toksinlerden korunma sistemini de besleyici fitokimyasalları içerir. Yenmeden önce haşlanması ve sarımsak, limon suyu ile tüketilmesi uygundur.

Kan Hücrelerini Arttırmak İçin Çin Lahanası: Kas yapımında ve kan basıncının düşük kalmasında yardımcı potasyum açısından zengin olan çin lahanasını ülkemizde kolaylıkla bulacağımızı söyleyen Emre Uzun, bu mucize sebzeyi sofralarımıza taşımamız gerektiğini savunuyor. Beyaz kan hücrelerinin aktivitesini artırarak vücut bağışıklık sistemini güçlendirmeye, toksin atımına yardımcı A vitamini açısından da zengindir. Susam yağı, tavuk eti ve sebze ile karışık tüketilebilir.



Sebzelerin Kralı Lahana: Glukozinolat, kampferol gibi kansere karşı savaşan bileşikler içeren, kalp rahatsızlıkları riskini azaltan, kan şekerini düşüren, kemikleri güçlendiren ve inflamasyonu önleyen baş sebzelerdendir. 'Adeta sebzelerin kralı lahanadır' diyen Diyetisyen Emre Uzun, 'Göz hastalıklarını engelleyen lutein ve zeaxanthin antioksidanları içerdiği için çok önemlidir' vurgusunu da yapıyor. Uzun, lahanayı doğranmış soğan ile zeytinyağında lahanayı soteleyerek, sebze ekleyerek pişirmenin en sağlıklı pişirme şekli olduğunu belirtiyor.

Tere Kürü: Tere kürüyle mucizenin kapılarını aralayabileceğinizi belirten Diyetisyen Emre Uzun; bu sebzelerin günlük K vitamini gereksinimini karşıladığını söylüyor. K vitamini kanın pıhtılaşmasında, arter çevresinde plak oluşumunu engellemede, artirit ile ilgili kronik hastalıkları önlemede görevlidir. Diyetisyen Emre Uzun'a göre her gün tere tüketilirse iki ay boyunca, kişi DNA tahribatını engelleyebilir, kanser riskini ve trigliserid seviyesini yüzde 10'a kadar düşürebileceğini savunuyor.



LÜKS SEKTÖRÜ BÜYÜYOR, GENÇLER LÜKSÜ DİJİTALE TAŞIYOR!

Deloitte'un Lüks raporuna göre; lüks tüketiminde en büyük 100 şirket, 2015 mali yılındaki 212 milyar dolarlık net satış geliri ile büyümeye devam ediyor.



Louis Vuitton, devler liginde zirveyi yine kimseye kaptırmazken; genç lüks severler, lüks satışını yavaş yavaş dijitalle kaydırıyor. Raporda Türkiye'den bir marka yer alamasa da son 5 yıllık dönemdeki %8,9 büyüme umut vaat ediyor.

Deloitte'un, global olarak hazırladığı ve dünyanın en büyük 100 lüks markasını ve grubunu sıraladığı "Lüks Tüketimin Küresel Güçleri" raporunun bu yıl dördüncüsünü yayımlandı.

Rapora göre lüks tüketim alanında faaliyet gösteren dünyanın en büyük 100 firması 2015 mali yılında 212 milyar dolarlık net satış geliri elde ederken, globalde %6,8 büyüyen lüks ürünler kategorisi, jeopolitik etkilere ve azalan turist sayısına rağmen yerelde çok daha iyi performans göstererek yaklaşık %8,4 büyüme kaydetti. Özellikle Çin, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi lüks tüketiminin gelişmekte olduğu pazarlar son beş yılda %70 büyürken, bu oran Avrupa, Amerika ve Japonya gibi gelişmiş pazarlarda %53'te kaldı.

Türkiye'de ise durum biraz daha farklı seyrediyor. Sıralamaya girebilmek için satış gelirlerinin minimum 180 milyon dolar olması gerektiğinden, ülkemizden bir marka listede yer alamasa da lüks ürünler pazarı, son 5 yıllık dönemde (2012-2016) bileşik olarak %8,9 büyüme kaydederek yaklaşık 6,8 milyar TL seviyelerine ulaştı. Öngörülenden daha fazla büyüme kaydeden pazarda, bir önceki yıla göre en fazla büyüme, 43,3 puanlık artışla Lüks Taşınabilir Tüketici Elektronik segmentinde yaşandı.

Son yıllarda lüks tüketimde talep taraflı baskılar sebebiyle meydana gelen artış demografik çerçeveden incelendiğinde aşağıdaki başlıklar öne çıkıyor:

- Orta sınıfın gelirindeki artış,
- Kadınların işgücüne katılım oranında meydana gelen artış,
- Genç nüfusun tüketim alışkanlarında meydana gelen değişim,
- Değişen yaşam biçimi trendleri,
- Yüksek öğrenim oranlarındaki artış,
- Kentleşme oranındaki artış.

Deloitte Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Ortağı ve Perakende Sektör Lideri Hakan Göl, araştırmaya ilişkin şu yorumlarda bulundu: "Bugün itibarı ile Deloitte Lüks Tüketimin Küresel Güçleri 2017 listemizdeki 100 büyük firmaya ait yaklaşık 250 markadan 120'si Türkiye'de yer alıyor. Bunlardan 69 tanesinin 271'inin AVM'de, 97'sinin alışveriş caddelerinde ve 10'unun ise havalimanlarında olmak üzere toplamda 378 adet bireysel mağazası bulunuyor. Ne yazık ki listede henüz Türkiye'den bir marka yok. Bu elbette kolay değil fakat hazır giyim ürünleri ve mücevher üretim yeteneklerimizin doğru kullanılması ve yeni nesil e-ticaret, satış, servis ve pazarlama teknolojilerinden faydalanılması ile bir Türk markası da uluslararası lüks markaları arasında yerini alabilir."

Türkiye'nin lükse bakış açısı değişiyor...

Türkiye pazarındaki büyümenin sebepleri ise her ne kadar geçtiğimiz yıllarda taksit sınırlaması getirilmiş olsa da kredi kartı sayısında yaşanan artış dolayısıyla orta sınıfın ulaşılabilir lüks tüketimini artırması ve yüksek orandaki genç nüfusun benzer şekilde lüks ürünlere artan ilgisi olarak ortaya çıkıyor.

Gençlerin, lüks ürünleri viral pazarlama yoluyla tanıtan ve/veya kullanan vlogger ve sosyal medya influencerlar'ını kendilerine örnek aldıklarını ve lüks tüketime olan ilgilerinin her geçen gün arttığını ifade eden Göl, sözlerine şöyle devam etti: "Teknoloji özellikle çok önemli; tüketici taleplerinin fiziksel ürünler ve marka gücü yanında dijital deneyime kaydığı, e-ticaret ve m-ticaret kanallarının tamamlayıcı etkisinin hem satın alma hem de uçtan uca deneyimde kendine daha çok yer bulduğu lüks sektöründe, dijital ve teknoloji kavramlarının artık her noktada hissedilir olması gerekiyor. Türkiye'de internetten alışveriş yapma oranı %34 ile yaklaşık 16.6 milyon kişiye ulaşmış durumda... Halihazırda faaliyette olan lüks kategorisindeki markaların birçoğu online alışveriş sitelerini faaliyete alarak; hem vakit kısıtı nedeniyle alışveriş yapma imkanı olmayan çalışan gruba, hem de internet kullanımı TÜİK 2016 yılı verilerine göre %84 olan 16-24 yaş grubuna öncelikli olarak hizmet vermeye başladı."

Diğer yandan yüksek oranda statü sembolü olarak görülen lüks çanta ve ayakkabı segmentinde meydana gelen büyüme genel olarak kadın tüketicilere ithaf edilebilir. Son yıllarda özellikle yüksek gelir grubunda bulunan erkeklerin de kişisel bakımlarına daha fazla özen göstermeleriyle yüksek kalite kişisel bakım ve güzellik ürünleri segmentinde hissedilir bir artış meydana geldi.

Geçtiğimiz yıllarda gözlemlenen ve 2014 yılında rekor düzeylere ulaşan yabancı turist sayısı, yaşanan olaylar dolayısıyla düşse de toparlanma eğilimi gösteriyor ve özellikle lüks tüketim ürünlere ulaşımı görece kısıtlı olan Arap, Rus ve Türki Cumhuriyetlere ait vatandaş sayılarının önceki yıllara ulaşması, talep yönlü büyümenin çok daha hızlı büyüyebileceğine işaret ediyor.

AVM'ler lüks tüketime katma değer sağlıyor...

Özellikle lüks tüketim ürünlerine ulaşımın kolaylaşması ve İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa'da artan alışveriş merkezleri dışında büyükşehir statüsüne sahip kentlerde de açılmaya başlanan alışveriş merkezleri sayesinde, tüketicilerin lüks ürünlere erişimi kolaylaştığı

için bu durum, toplam harcamanın artmasına katkıda bulunuyor. AVM sayılarındaki artışa ek olarak perakende pazarına yeni girişler de arz taraflı bir bolluk yaşanmasına yardımcı oluyor. Görece doygun olan tüketiciler dahi, pazara giren yeni oyunculara kayıtsız kalamıyor ve seçenek artışları sayesinde lüks tüketimlerini artırıyor.

Lükste ilk dört değişmiyor!

Rapora göre, lüks tüketimin küresel güçleri sıralamasında ilk dört firma olan Louis Vuitton, Compagnie Financière Richemont, Estée Lauder ve Luxottica Group bu sene de pozisyonları koruyor. Top 100 listesini oluşturan markaların %88'i, sadece sekiz ülkeden çıkıyor. Bu 8 ülke aynı zamanda listedeki 100 firmanın gelirlerinin %94'ünü temsil ediyor. Bu listeye en çok marka veren ülkelerin başında geçen sene olduğu gibi İtalya (26 marka) ve ABD (15), Fransa (10), İsviçre (10) ve İngiltere (10) geliyor. Satış gelirini 2015 mali yılında en çok geliştiren sektör ise çanta ve aksesuar sektörü oldu. Rapor, en çok satış geliri elde eden lüks markaları sıralamanın yanı sıra lüks tüketimine ilişkin genel eğilimler de masaya yatırılıyor:

- Lüks tüketime ilişkin satışlar arttı: en çok satış geliri elde eden 100 lüks markasının satış gelirleri, bir önceki yıla göre %3 artış gösterdi.
- Bazı para birimlerinin dolar karşısında zayıflaması sonucu, çeşitli bölgelerdeki kimi çok uluslu şirketler bundan fayda sağladı. 100 şirket arasından sadece altısının satışları, 2015 mali yılında iki haneli rakamlara ulaştı. Bu şirketlerin üçü bir süredir kırılgan bir talep yapısına sahip olan mücevher sektörü oldu.
- İtalya, her ne kadar Top 100 listesine en çok marka çıkaran ülke olsa da daha listeye daha az sayıda marka veren Fransa, satış gelirlerinde en yüksek payı alıyor. Bunda, İtalyan şirketlerinin genellikle aile şirketi olması ve görece küçük şirket olması rol oynuyor.
- Lüks tüketiminin neredeyse yarısı, seyahat edenler tarafından yapılıyor.
- Turistik bölgelerdeki lüks ürün alma eğilimi, yaş ile birlikte düşüyor.
- Çin ve Avrupa arasında lüks tüketim fiyatları %20 ile %70 arasında değişiyor.
- Lüks severler ağırlıklı olarak mağazadan alışveriş yapıyor. Genç lüks severler, tüketimlerinin %40'ını dijital olarak yaptıklarını söylüyor.

Y KUŞAĞI NASIL YÖNETİLMELİ?

1980-2000 yılları arasında doğan Y kuşağı 10 yılı aşkın süredir iş hayatında ve bir kısmı artık yönetici pozisyonlarında yerini almaya başladı. Liderlik pozisyonlarına geçmeye başlayan Y kuşağının sahip olduğu becerileri en etkili şekilde yönetmek ve yeteneği elde tutmak ise iş dünyasının en önemli gündem maddelerinden biri.



Türkiye'nin önde gelen ölçme ve değerlendirme firmalarından Assessment Systems, geleceğin lideri Y kuşağının nasıl yönetilmesi gerektiğine dair ipuçları veriyor.

21. yüzyılın iş yaşamına şekil veren Y kuşağının sahip olduğu değerlerin ve hayata bakışlarının bir yansıması olarak ortaya koydukları liderlik tutumları geleceğin liderlik tanımını da şekillendiriyor.

Y kuşağı "Güçlü ikili ilişkiler kurabilen" lider istiyor!

Dünyada artık söz sahibi olan Y kuşağı nüfus olarak 2 milyar kişiden oluşuyor. 2025 yılına kadar ise iş gücünün yüzde 75'ini Y kuşağı çalışanları oluşturacak. Bu sebeple pek çok farklı kurum tarafından Y kuşağı ile ilgili araştırmalar yapılıyor. Bunlardan biri Amerika'da Danışmanlık şirketi olan RW2 Enterprises'in birbirinden ünlü 14 Amerikan şirketinin CEO'su ve genç yönetici

kadrosuyla gerçekleştirdiği bir araştırma. Araştırmanın amacı Y kuşağının hayalindeki yöneticiyi bulmak. Araştırma sonuçlarına göre Y kuşağı için bir yöneticide olması gereken en önemli özellik güçlü ikili ilişkiler kurabiliyor olması. Y kuşağı, hayatının her alanıyla ilham verecek, iletişim becerileri kuvvetli ve karar alıp empoze etmekten ziyade etrafındakileri de karar verme sürecine dahil eden bir lider arıyor.

2020'de ABD'de işgücünün %50'si Y kuşağı olacak!

Diğer bir yandan PEW Research Center'ın yaptığı araştırmaya göre de ABD'de çalışanların üçte birini Y kuşağı oluşturuyor ve 2020 yılında iş gücünün yüzde 50'sini Y kuşağının oluşturacağı tahmin ediliyor. Y kuşağı, sabit bir işte uzun yıllar çalışmamaları ve teknoloji bağımlılıkları yüzünden eleştirilseler de iş dünyasını hızla değiştirmeye devam edecek gibi görünüyor.

Y kuşağı açık fikirli, pratik, sonuç odaklı ve araştırmayı seviyor!

Henüz 20'li yaşlarda yönetici masasına oturan Y kuşağının açık fikirli, pratik, sonuç odaklı, güvenilir ve araştırmayı seven bireylerden oluştuğunun altını çizen Assessment Systems'ın Kurucusu ve CEO'su Levent Sevinç, Y kuşağının kendine ait bir çalışma stili olduğunu ve bu kuşağı yöneten liderlerin de ekip çalışmasına uyumlu, grup karar süreçlerini yönetebilen, katılımcı karar yöntemlerini benimseyen ve hiyerarşik ilişkiden kendisini koparabilmiş, biçimsel olmayan ilişkiler ile çalışanlarını etkileyebilen kişilerden oluşmasının büyük önem taşıdığını vurguluyor.

Uzmanlara göre Y kuşağı yüceltmeyi hak eden bir kuşak olarak karşımıza çıkıyor. Bu kuşağın ekip çalışmasında aldıkları etkin rol ve çalışmalarını kendi araştırma-geliştirme becerileriyle en iyi şekilde harmanlamaları; yöneticilerini etkilediği kadar, geleceğe yönelik kendi liderlik becerilerini de ortaya koymaları için fırsatlar sunuyor. Peki geleceğin liderleri olarak karşımıza çıkacak olan Y Kuşağı nasıl yönetilmeli? Assessment Systems'ın Kurucusu ve CEO'su Levent Sevinç, Y kuşağını yönetmede en etkili 5 yolu anlatıyor.

1. İş süreçlerine herkesi dahil edin

Gelecekte; takım çalışması yapabilen, başkalarına mutlaka fikir danışan, gençlerin ne düşündüğünü önemseyen, kısacası iş süreçlerine herkesi dahil eden liderler en başarılı liderler olarak karşımıza çıkacak. Y kuşağının liderlerinde aradıkları özelliklerin başında

da bu geliyor. Sadece kendi bildiğini okuyan, bireysel kararlar veren ve yeniliklere gözünü kapamış liderler tarihte kalacak.

2. Esnek olun, çalışanların rahat iletişim kurabilmeleri için fırsatlar sunun

Teknolojiyi önceki jenerasyonlardan daha iyi bilen, değişimin hızını daha iyi görebildiğinden ona uyum göstermede de daha başarılı olan Y kuşağı, esnek çalışmayı seviyor ve tüm yeteneklerini çalışma ortamında gayet başarılı bir şekilde adapte ediyor. Y kuşağıyla birlikte çalışma ortamının çok daha fazla "insan"laştığını belirten uzmanlar, Z kuşağının gelişimi bunun daha da fazla öne çıkacağını vurguluyor. Y kuşağı yarıca rahat iletişim kurabildiği liderlerin varlığını önemsiyor. Önceki kuşakların resmi ilişkileri artık yerini saygı çerçevesinde daha samimi ve kişisel ilişkilere bırakıyor. Y kuşağının daha rahat iletişim kurabildiği liderleri tercih etmesi de bu nedenle sürpriz değil.

3. Değişime açık olun

Y kuşağının gelişi iş ortamını ve çalışma stillerini pek çok açıdan olumlu olarak etkilese de, daha eski kuşaklarla oluşan çatışma ortamı da üzerinde durulması gereken bir diğer nokta. Çalışma alışkanlıkları çok daha farklı; kalıpları, sınırları ve iletişimleri daha yerleşik olan önceki jenerasyonlar, Y kuşağını sıklıkla sevecenlikle ve değişime kucak açarak karşılayamayabiliyor. Değişim bazıları için korkutucu. Özellikle önceki kuşaktan liderler ısrarla bildiklerini sürdürmeye, değişime direnmeye devam edebiliyor. Bu gibi durumlarda Y kuşağını yöneten liderlerin değişime açık olması ve bu yönde direnme özelliği göstermesi çok önemli.

4. Onları dinleyin

Y kuşağı, kendilerinin iş hayatındaki gelişimine katlı sağlayan, onları dinleyen bir liderin varlığını çok önemsiyor. Özellikle genç ve başarılı çalışanları kuruma bağlamadaki en önemli detaylardan biri de çalışanıyla gerçek bir koçluk ilişkisi geliştiren liderlerde saklı. Dinleyerek sorular sormak ve çalışanların kendi doğrularını bulmaları için onlara yardımcı olmak öne çıkan liderlik vasıflarından biri.

5. Geri bildirimlerde bulunun, şeffaf olun

Y Kuşağı, performanslarının değerlendirilmesini çok önemsiyor. Sadece yılsonu yapılan değerlendirmeler yerine sürekli ve şeffaf olan geri bildirimler bu kuşak için çok önemli. Düzenli olarak yapılan geri bildirimler Y kuşağının yönetilmesini kolaylaştırırken diğer bir yandan da onların liderlik yolundaki başarılarına rehberlik ediyor.

DOĞAN GÜNEŞİN ÜLKESİ; JAPONYA!

Bilim ve teknolojideki buluşları, insanda hayranlık uyandıran keşifleri, geleneklerine bağlılıkları ile Japonya kültürü, dünyanın her noktasından gezginlerin dikkatini çekmeyi başarıyor.



Uzakdoğu'nun en mistik ülkelerinden birine güvenli ve huzurlu bir ortamda tatil imkanı sunan Vizyon Turizm, misafirleri için ilkbaharda doğan güneşin ülkesi Japonya'ya tüm gezginleri davet ediyor.

'Güneş' ve 'köken' anlamına gelen kanji karakterlerinden ismi oluşan Japonya, diğer adıyla 'doğan güneşin ülkesi', Uzakdoğunun en mistik ülkelerinden biri. Güvenli ve huzurlu ortamı, sıcakkanlı insanları, renkleri ve tatlılarıyla her yıl milyonlarca insanı kendisine çeken fantastik bir ülke...

Mistik Sakura Ağacı ile kendinizi rüyalarda zanentmenizi sağlayan bu uzak diyar, ilginç gelenekleri ve günlük yaşamda karşılaşılan detaylarıyla gezginlerin rotasında ilk sıralarda yer alıyor.

Dünyada görülmesi gereken yerler listesinde üst sıralarda yer alan Japonya, dünyanın en kabalık başkentlerinden birine yani Tokya'ya sahip. Tokyo'nun tam ortasında yer alan Kitanomaru Park ise şehrin görülmesi gereken en önemli lokasyonlarından biri. 1590 yılında inşa edilen ve Edo zamanında dünyanın en büyük kalesi olan Imperial Palace'a ev sahipliği yapan park, imparatorluk ailesinin evini de bünyesinde barındırıyor.



Tokyo National Museum ise şehrin bir diğer önemli lokasyonu. 1185 ve 1333 yılları arasında Japonya'nın başkenti olan Kamakura ise çok sayıda tapınağı ve küçük bir sahile ev sahipliği yapıyor. Tapınaklarla ve ormanlarla dolu, klasik bir Japon şehri görmek isteyenlerin tercihi olan Kamakura, tüm gezginleri kendine hayran bırakıyor.

Fuji Dağı'nda Japonya'nın doğasındaki en güzel figürlerden biri. Etrafındaki pek çok göl kenarı ziyaret edilebilen, popüler trekking rotalarına ev sahipliği yapan bu dağı görme planını Fuji-Q Highland eğlence parkıyla birleştiren birçok gezgin bulunuyor.

Güney Kore'nin başkenti Seul ise rotanın bir diğer destinasyonunu oluşturuyor. Şehirde bulunan Sambuyeon Şelalesi, gezginleri adeta bir masal diyarına taşıyor. Ülkenin en temiz havasına da sahip olan bölge, gezginlere konaklama imkanı da sunuyor.

Joseon Krallığı döneminde Kraliçe Jeongsun adına yaptırılmış bir mezar olan ve UNESCO Dünya Miras Listesin'nde yer alan bu başyapıt, ziyaretçilerini bekliyor. Joseon hanedanlığı döneminde inşa edilen diğer bir yapı olan Geunjeongjeon'da ülkenin tarihi en önemli yerlerinden biri olarak göze çarpıyor.



DOĞA TUTKUNLARININ RÜYASI: MADAGASKAR!

Önümüzdeki aylarda iki farklı programımızla, barındırdığı canlıların yüzde 95'ini başka yerde görmenin mümkün olmadığı Madagaskar'a keşif gezilerine gidiyoruz.



Doğa tutkunu ve nadir canlı türlerini görmeyi arzulayan herkesin bir gün ziyaret etmeyi hayal ettiği Madagaskar, yağmur ormanlarında özgürce yaşayan lemurlarla, kurbağalarla, bukalemunlarla, sürüngenlerle, çeşitli kuşlarla, köklerinin göğe yükseldiğine inanılan kutsanmış baobab ağaçlarıyla ve rengârenk orkidelerle sizi karşılıyor.

Dilerseniz baharda sadece Madagaskar'ın kalbine bir yolculuk yapın, dilerseniz bayramdaki Madagaskar planlarınıza eskiden bir sürgün yeri olan volkanik



Réunion adasını ve mercan resifleriyle çevrili istiridyecilikli ada Mauritius'u ekleyin.

UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki Ambahimanga Kutsal Kraliyet Tepesi; UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ndeki ağaç oyma işçiliği; barındırdığı



TÜRKİYE'NİN SÜPER MARKASI SEÇİLEN SİNPAŞ'TAN EV ALDIRAN SÜPER PLAN!

'Supermarkalar Türkiye' araştırmasında 4986 marka arasından iki kez üst üste 'Süper Marka' seçilerek, büyük bir başarıya imza atan Sinpaş, şimdi de süper kampanyasıyla herkesi ev sahibi yapacak.



Yenilikçi kimliği ve 44 yıllık deneyimiyle gayrimenkul sektörüne öncülük eden ve tüm projelerinde geçerli olacak kampanya ile cazip aylık sabit taksitlerle ev sahibi olma fırsatı sunuyor.

44 yıldır gayrimenkul sektörüne özgün projeleri ve kazandığı ilklerle yön veren Sinpaş, yeni kampanyasıyla yine adından söz ettirecek. İstanbul'da Sinpaş Finans Şehir, Queen Bomonti, Aydos Country, Metrolife, Gökorman. Ankara'da Altınoran, Marina Ankara, Ege Vadisi ve Denizli'de Aqua City Denizli projeleri ile oluşturulan kampanya düşük taksitlerle hemen ev sahibi olma fırsatı sunuyor.

"Sinpaş, sayısız yeniliğe imza attı"

Sinpaş Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ahmet Çelik; üst üste ikinci kez Süper Marka seçilmekten gurur duyduklarını, ödülün Sinpaş'ın özgün farklı kimliğini ortaya çıkarttığını belirterek şunları söyledi: "44 yıllık deneyimimiz, tecrübemiz, gayrimenkul sektörüne

getirdiğimiz yenilikçi anlayış, istikrarlı büyüme ve birbirinden özel yaratıcı projelerimiz bize bu yıl da, geçen yıl olduğu gibi Türkiye'nin süper markası unvanını getirdi. Biz de Sinpaş olarak gururla süper bir kampanyaya imza atmak istedik. Ev sahibi olmak isteyenler aylık sabit taksitlerle ister banka kredili, ister Sinpaş bünyesindeki özel ödeme planlarıyla Sinpaş'tan diledikleri eve sahip olsunlar istiyoruz." Sinpaş'ın gayrimenkul piyasasına yön veren tüm projelerinde geçerli olacak kampanya İstanbul, Ankara, Bursa ve Denizli'de ev sahibi olmak isteyenler için inanılmaz avantajlar sağlıyor. 4 Mart'a kadar sürecektir süper plan ile düşük taksitlerle ev sahibi olabilir veya aylık sabit tutarlarla yatırım fırsatını yakalayabilirsiniz. Ankara'yı ilklerle tanıştıran projeler; ALTINORAN ve MARİNA ANKARA!

Gayrimenkulün süper markası seçilen Sinpaş, Çankaya Ankara'da hemen yaşamaya başlayacağınız Altınoran'da 3.570 TL taksitle ya da Eylül'de teslim olacak Marina Ankara'da 3.460 TL taksitle



ev sahibi olma fırsatı sunuyor. Altınoran ve Marina Ankara'dan ev sahibi olacaklar, bir konut projesinde ilk kez karşılaşacakları zengin sosyal donatıları ile yaşamlarına renk katacaklar.

Başkent'te Ege rüzgârı: EGE VADİSİ!

Sinpaş GYO'nun hayalleri süsleyen Ege yaşamını Ankara'ya taşıdığı projesi Ege Vadisi, Ege'ye özgü güzellikleri Ankara'ya taşıyor. Ankara'nın en gözde lokasyonlarından Çankaya'da yükselen Ege Vadisi'nde; Dikmen Vadisi'ne komşu, sıcak ve samimi bir yaşam aylık 4.700 TL'lik taksitlerle Ankaralıları bekliyor.

Sinpaş'ın En Yeni Projesi: FİNANS ŞEHİR!

Sinpaş Finans Şehir, komşusu olduğu ve yürüme mesafesinde bulunan İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin adeta kalbi olacak. Sinpaş Finans Şehir'in 4 ile 15 kat arasında değişen yatay mimarisi, tuğla dokuya sahip cepheleri, her dairede bulunan balkonları ile finans merkezinin hemen yanında az katlı, sıcak bir şehirli yaşam sunuyor. 1,2 milyar dolarlık bir yatırımla İstanbul'un en gözde bölgesinde küresel finans merkezinin hemen bitişiğinde hem kusursuz bir lüks yaşam hem de cadde yaşamı çok yakında gerçek olacak. Sinpaş'ın en yeni projesi Finans Şehir'de 5.240 TL'den başlayan taksitlerle ev sahibi olabilir, değeri her geçen gün artan bu bölgede yatırım yapabilirsiniz. İstanbul'un kalbi Bomonti'de mutluluğu uzaklarda aramayın: BOMONTİ QUEEN!

Türkiye'nin ilk Highlife temalı evleriyle Şişli-Bomonti'de yükselen Queen Central Park; İstanbul'un kültür, sanat, eğlence ve iş dünyasının yeni merkezi olan Bomonti'de konumlanıyor. Şehrin merkezinde lüks ve konforlu bir yaşam alanını şık bir dekorasyonla sunan Queen Central Park'ta aylık 4.950 TL'lik taksitlerle taçlı yaşama merhaba diyebilirsiniz.

Hemen teslim doğayla iç içe bir yaşam; AYDOS COUNTRY!

Sinpaş GYO'nun Aydos Ormanı'nın yanı başında hayata geçirdiği yeşillikler içindeki Aydos Country, doğayla



temas halinde bir hayata fırsat sağlıyor. Ormanın yanında, doğanın içinde yaşamak isteyen aileler çocuklarını tam bir doğa dostu olarak yetiştiriyor. Hemen teslim projede, bu eşsiz yaşama sahip olmak ayda yalnızca 3.800 TL'lik taksitlerle.

Sancaktepe'de ayrıcalıklı yaşam; METROLİFE!

Geniş teraslı ve bahçeli evleri, sağlık ve sporla iç içe bir yaşamsı sunan yeşil alanları, sevdiklerinizle sosyalleşeceğiniz 14.000 m2'lik çarşı alanı ve meydanıyla, Sancaktepe'de ayrıcalıklı bir yaşamın kapılarını açıyor. Bu projede yer almak için aylık 2.300 TL'lik büyük bir fırsat sizleri bekliyor.

Babil'in asma bahçelerinden sonra gökyüzüne uzanan yeşil mimari: GÖKORMAN!

Doğanın kadim güzelliğinden ilham alan Sinpaş'ın, Anadolu yakasındaki projesi Gökorman ile çok özel fırsatlar ve ayrıcalıklarla dolu bir ilke imza atıyor. Çekmeköy Ormanı manzaralı Gökorman'ın; ağaçlarla çevrili katları, yeşili gökyüzüyle buluşturan özgün mimarisi, aylık 3.300 TL'lik taksitlerle yeni sakinlerini bekliyor.

Denizli'nin prestijli yaşamı: AQUA CITY DENİZLİ!

Denizli'nin yükselen yıldızı Aqua City, projenin lokasyonu, şehrin gelişme aksına paralel oluşu, projenin hem yaşam hem de yatırım değerini her geçen gün arttırıyor. Tropikal Bölgelerden gelen bembeyaz kumla oluşturulan sahil yaşamının tadını çıkartabilir, Aqua City içersinde bulunan AquaMall'da H&M, Starbucks ve Köfteci Yusuf gibi Denizli'ye ilk kez gelen mağazalar ile şehrin yeni buluşma merkezine 1.790 TL taksitle sahip olabilir, bu süper planla istediğiniz yaşama kavuşabilirsiniz.



EN HIZLI ALFA ROMEO STELVIO 2018'DE TÜRKİYE'DE!



Köklü geçmişi ile otomotiv tarihine damga vuran Alfa Romeo'nun modern temsilcisi Stelvio şimdi Quadrifoglio modeli ile dikkatleri üzerine çekiyor. Premium SUV segmentinde dengeleri değiştirecek tasarım özellikleri, dinamik sürüş karakteri ve çok güçlü motoruyla dikkat çeken Alfa Romeo Stelvio Quadrifoglio, kısa bir zaman önce "Yeşil Cehennem" olarak anılan, Almanya'daki Nürburgring Nordschleife Pisti'ni 7 dakika 51.7 saniyede turlayarak dünyanın en hızlı SUV'u unvanını kazandı.

Sınıfının litre başına en fazla güç üreten 24 supaplı motoruyla işbirliği yapan 8 ileri otomatik şanzıman, "Yarış" modunda sadece 150 milisaniye gibi rekor bir sürede vites değişimi gerçekleştirirken, Q4 dört tekerlekten çekiş sistemiyle birlikte gücü dört tekerleğe birden aktarıyor. Normal koşullarda

Q4 çekiş sistemi tüm torku arka aksa aktarırken, limitlerde ön ve arka aks arasında yüzde 50 denge sağlayabiliyor. Özel AlfaLink™ adaptif süspansiyon sistemiyle yol tutuş kabiliyeti mükemmel yakın olan Stelvio Quadrifoglio'yu durdurma görevini ilk olarak Giulia'da görülen, Alfa Romeo markasına özgü yenilikçi elektromekanik Entegre Fren Sistemi (IBS) üstleniyor.

İsmi İtalya'nın en yüksek dağ geçidi olan Passo dello Stelvio'dan alan Stelvio Quadrifoglio, kendisini sınıfının en iyi performansa sahip SUV'si yapan iki özelliğe sahip: 1830 kg'lık boş ağırlığıyla bu model, kategorisindeki en iyi ağırlık/güç oranına (3.6 kg/HP) ve en iyi spesifik güce sahip (176 HP/l). Stelvio Quadrifoglio iki aks arasındaki mükemmel ağırlık dağılımı sayesinde mükemmel sürüş keyfi sunuyor.



SINIFININ EN GÜVENLİ OTOMOBİLİ; SUBARU XV!



Subaru'nun "Dünyanın En Güvenli Otomobil Markası" iddiası, Euro NCAP tarafından 2017'nin kendi segmentlerinin en güvenli otomobillerini açıkladığı listede bir kez daha kanıtlandı. Subaru XV ve Subaru Impreza, "Küçük Aile Otomobilleri" kategorisinin en güvenli otomobilleri seçilerek yeni bir "Güvenlik Ödülü"ne daha ulaştı. Subaru XV ve Subaru Impreza ile marka, kendi Euro NCAP tarihindeki en yüksek yetişkin ve yaya koruması değerlerine de ulaştı.

Subaru, Euro NCAP'in geçtiğimiz günlerde açıkladığı 2017'nin kendi kategorilerinde en güvenli otomobilleri listesinde, "En Güvenli Küçük Aile Otomobili" unvanını yeni Subaru XV ve Impreza ikilisi ile kazandı. Subaru XV ve Subaru Impreza modelleri, toplam 4 klasmanın 3'ünde (Yetişkin yolcu koruması, çocuk yolcu koruması ve yaya koruması) kendi kategorilerinde en yüksek puanları toplayarak bu ödüle ulaşırken, EyeSight Önleyici Güvenlik Sistemi kapsamında test edilen Çarpışma Önleyici Frenleme ve Şeritte Kalma Asistanı kategorilerinde başarılarından dolayı özel güvenlik ödülünü de kazandı. Subaru XV, yetişkin yolcu koruma kategorisinde yüzde 94'lük oranı yakalayarak kendi segmentinin en güvenlisi olurken, çocuk yolcu

korumasında yüzde 89, yaya korumasından da yüzde 84 orana ulaşarak benzer bir başarıyı yakaladı.

Euro NCAP yeni otomobil değerlendirme standardına göre çarpışma testlerinden 5 yıldız alan Subaru XV ve Subaru Impreza, Subaru Global Platform'un kullanıldığı ilk seri üretim modeller. Güvenlik ve konfor anlamında yeni standartların belirlenebildiği bu yeni platform sayesinde sadece Euro NCAP gibi Avrupalı kuruluşlardan değil, Japonya'da JNCAP ve Kuzey Amerika'da da IIHS'den özel güvenlik ödüllerini kazanmayı sürdüren Subaru, 2025 yılına kadar üreteceği tüm yeni otomobillerde benzer bir başarıyı hedefliyor.

Subaru, ilk olarak yeni XV ve Impreza'da kullanılmaya başlanan yeni "Subaru Global Platform" ile birlikte "Dünyanın En Güvenli Otomobil Markası" olmayı hedefliyor. Yeni platform çeşitli motor seçeneklerini üzerinde uygulamaya imkan sağlıyor. Platform üzerinde, konvansiyonel motorlara ek olarak, hibrit, şarj edilebilir hibrit veya yüzde 100 elektrikli dahil olmak üzere her türlü motor tipi kullanılabilecek ve böylece üretim verimliliğinde de artış sağlanacak.



BEKO'DAN TÜRKÇE SESLİ KOMUTLU TV!



Lider ev elektroniği markası Beko, tüketicilerine kullanım kolaylığı sağlamak için Türkçe sesli komut özelliğine sahip akıllı televizyonu geliştirdi. Türk mühendislerin tasarladığı televizyon, sesli komutla da çalışan akıllı kumandası sayesinde konuşarak TV'yi kontrol etme imkanı sunuyor.

Tüketicilerinin hayatını kolaylaştırmayı hedefleyen Beko'nun devreye aldığı yeni akıllı TV platformunda, Türkçe sesli komutla kanal değiştirilebiliyor; içerik aratma, uygulama başlatma, televizyonu açıp kapatma ve ses seviyesi ayarlama gibi birçok işlev daha pratik ve hızlı şekilde gerçekleştirilebiliyor. Örneğin; kanal numarasını hatırlama zorunluluğunu ortadan kaldırarak kanallar arası geçişi sesle yapmayı mümkün kılıyor.

Üst seviyede Türkçe komut algılama ve hızlı tepki süresine sahip olan akıllı kumanda, Beko Quatro UHD+ TV'lerle birlikte sunuluyor. Beko Quatro UHD+ TV'lerdeki Quick Smart platformu ise tamamen kişiselleştirilebilir yapısı ile kullanıcılara ana menüyü diledikleri şekilde oluşturma imkanı sağlıyor.

Quatro UHD+ TV'ler 4K UHD çözünürlük, HDR, Wide Color Gamut, Video Perfection Engine gibi görüntü özellikleri sayesinde çok daha canlı renk ve akıcı görüntü sunuyor. Öne, arkaya ve aşağıya bakan 8 adet hoparlörüyle üç boyutlu ses teknolojisine sahip Beko Quatro UHD+ TV'ler güçlü ve kusursuz bir ses deneyimi yaşıyor. İnce ve alüminyum tasarım da ürüne şıklık kazandırıyor.

XPERIA™ SERİSİ, AKILLI TELEFONDA EĞLENCEYİ EN ÜST SEVİYEYE TAŞIYOR!

Sony Mobile, Xperia'nın mühendislik ve tasarımında eşsiz bir evrime imza atarak bugün amiral gemisi ürün yelpazesine iki yeni akıllı telefon, Xperia XZ2 ve Xperia XZ2 Compact'ı eklediğini duyurdu. Ayrıca büyük merakla beklenen kablosuz "açık kulak" stereo mikrofonlu kulaklık Xperia Ear Duo'u kullanıma sunduğunu açıkladı.

Kullanıcılarına bugüne kadarki en kapsamlı eğlence deneyimlerini sunma üzerine inşa edilen her iki telefon modeli kamera, ekran ve ses teknolojisinde muazzam ilerlemelerin yanı sıra elde mükemmel şekilde oturacak harika yeni bir tasarım ile geliyor.

Sony Mobile'ın, son derece loş ışıktaki resimler dahil, görülmeyeni görme gücüne sahip yeni ultra yüksek hassasiyetli kamera teknolojisi, akıllı telefon kamerasında yeni bir devrin kapılarını aralıyor. Özgür hissetmek için tasarlanan Xperia Ear Duo, müzik dinleyip bildirimleri alırken eş zamanlı olarak etraftaki ses veya konuşmaları duyabilmek için "Çift Dinleme" teknolojisine sahip.

Sony Mobile, akıllı telefonda sofistike bir kameranın bulunmasının ne kadar önemli olduğunu bilerek sınırlarını daha da ileriye taşıyan; son derece loş ışıktaki resimler dahil, görülmeyeni görme gücüne sahip yeni ultra yüksek hassasiyetli kamera teknolojisini tanıttı. Yeni geliştirilen çift kamera ve Sony Mobile'ın gerçek zamanlı işlem yapmayı mümkün kılan, yeni geliştirilen füzyon görüntü sinyal işlemcisi, fotoğraflar için 51200, videolar için ise 12800 olan eşi görülmemiş ISO hassasiyeti sunuyor. Halen sadece değiştirilebilir lensli fotoğraf makinelerinde mümkün olan ISO hassasiyeti sayesinde ise son derece karanlık koşullarda görüntülerin kusursuz çekilmesine imkan veriyor.



CASPER NIRVANA C900 İLE SINIRLARI KALDIRIN!

Türkiye'nin teknoloji markası Casper'ın Nirvana ailesine yeni katılan modeli C900, tasarım ve performans tutkunlarının hayallerini gerçekleştiriyor. Intel 7. Nesil Core i7-7700HQ işlemci, 2400 mHz DDR4 RAM, NVIDIA GeForce GTX 1050 2GB GDDR5 128Bit ekran kartı, SSD M2 Sata depolama desteği, 15.6 inç Full HD 1920x1080 piksel ekran, Sound Blaster Ses Sistemi, aydınlatmalı klavye gibi özelliklere sahip olan model, performans sınırlarını ortadan kaldırıyor.

Intel 7. Nesil Core i7-7700HQ işlemci ile donatılan Casper Nirvana C900, 3.80 GHz'e ulaşan performans sunuyor. Bu güçlü işlemci ile aynı anda birçok işlem yapabilen dizüstü bilgisayar NVIDIA GeForce GTX 1050 2 GB GDDR5 128 Bit ekran kartının da desteği ile performans anlamında sınırları kaldırıyor. Bu güçlü işlemci ve güçlü ekran kartına ek olarak bilgisayarda kullanılan DDR4 2400 MHz RAM de performansın katlanmasına yol açıyor.

Full HD yani 1920x1080 piksel çözünürlük sunan 15.6 inç ekran da kullanım zevkini artırırken, dizüstü bilgisayarın depolama birisi olarak SSD M2 Sata seçilmesi performansın daha da artmasını sağlıyor. Seçimli olarak 128, 256 ya da 512 GB olarak alınabilen bu depolama birimi, dökümanlara anında erişim sağlaması ve hareketli parça içermemesinin yanı sıra doğrudan ana karta bağlı çalışmasıyla performansa ihtiyacı olan kullanıcıların beklentilerini karşılıyor.

Casper Nirvana C900 sadece donanım anlamında değil tasarımıyla da dikkat çekici bir bilgisayar. Metal gövdesiyle şık bir tasarım sunan Nirvana C900, özel lacivert gövde rengi ile sınırları zorluyor. Ergonomik ve aydınlatmalı bir klavyeye sahip olan bilgisayar, gece kullanımlarında konfor sunuyor.



YENİ DELL XPS SERİSİ SINIRLARI ZORLUYOR!

InfinityEdge 4K ekranla sunulan XPS 13 daha küçük, daha ince ve daha hafif olmasıyla şimdi her açıdan daha mükemmel deneyim sunuyor. Sınıfının en güçlü ve en küçük bilgisayarı yeni XPS 15 2'si 1 arada, 8. Nesil Intel Core işlemciler ve Radeon Vega M ekran kartıyla üst düzeyde performans vadediyor.

Dell, her yıl düzenlenen Tüketici Elektronik Fuarında (CES), kullanıcıların birbirinden farklı oyun oynama ve çalışma şekillerine hitap edecek bir dizi şık ve yeni ürünle tüketicilerin karşısına çıkıyor. Dell, dünyanın en güzel cihazlarından bazılarını sunmasının yanı sıra bu ürünlerin içinde gizli performansı, işlevselliği ve genel kullanıcı deneyimini en üst düzeye çıkaracak şekilde tasarlanmış inanılmaz yenilikleri de gözler önüne seriyor.

Dell'in XPS portföyü, şirket tarihindeki diğer tüm markalardan çok daha fazla ürün ödülünün sahibi oldu. Her yönden geliştirilen yeni XPS 13, CES 2018 İnovasyon Ödülüne aday gösterilerek onurlandırıldı. XPS 13, yeni nesil InfinityEdge 4K Ultra HD ekranının yanı sıra klasik gümüş ve siyah renklerine alternatif olarak göz alıcı Roze Altın ve Alpine Beyazı, dokulu cam elyaf iç tasarım, daha dar çerçeve, yaklaşık yüzde 80 daha termal boşluk payı, daha parlak ekran ve daha yüksek 4K Ultra HD çözünürlük özellikleriyle sunuluyor.



GIOVANE GENTILE ERKEĞİ BAHARA HAZIR!



Giovane Gentile, yeni gelen mevsimin heyecanını ve sıcaklığını sentetik unsurlardan uzak, doğal, hafif, güçlü ve esnek kumaşlarla hazırlanan yepyeni bir koleksiyonla karşılıyor. 2018 İlkbahar-Yaz sezonunda yer alan birbirinden özel tasarımlarıyla baharın esintisini üzerinizde hissetmenize eşlik eden Giovane Gentile, soft ve dinamik bir bahara 'merhaba' diyor.

'Centilmen sözünün değeri' mottosuyla erkek giyiminde fark yaratan Giovane Gentile, 2018 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda baharın tüm enerjisini koleksiyonlarına yansıtıyor.



Yeni gelen mevsimin heyecanını ve sıcaklığını sentetik unsurlardan uzak, doğal, hafif, güçlü ve esnek kumaşlarla buluşturarak yeni sezona taşıyan Giovane Gentile, beylerin hem iş hayatında hem de günlük hayatında yerini alıyor. Yeni sezon modellerinde yer alan ve vücut hareketlerini mükemmel şekilde izleyen, organik, kırışmaz ve elastik 'estratolar' ile ince hafif ve su itici 'noW' kumaşlar, beylerin vazgeçilmezi takım elbiselerde vücut buluyor.



MACHKA İLE ILIK BİR YAZ ESİNTİSİ!



MACHKA 2018 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu, sofistike silüetleri modern dünyanın renk kartelasıyla buluşturarak sizi yaz günlerine doğru masalsı bir yolculuğa davet ediyor. Parlıtlı, hareketli ve narin detaylarla zenginleşen koleksiyon, Machka kadınının zamansız ve sakin tavrına tazelik katıyor.

Romantik ve ince işçiliği referans alan MACHKA 2018 İlkbahar-Yaz Koleksiyonu, gündüzden geceye uzanan zamansız silüetler yaratırken şık bir görünüm vaat ediyor. Fırfırlar ve pililerle hareketlenen detaylar, zengin renk seçkisiyle buluşurken, dar kesimli hatlar feminen ve naif bir şıklık sunuyor.

Büyük geometrik ya da organik efektli desenli ipekli koton empirmeler göz alırken, şeffaf ten görünümü sağlayan kumaşlara illüzyon etkisi yaratarak lüks kavramını perçinliyor.



Kruvaze, denim ve koton gabardin ceketler sezonda yakası geniş ve belirgin cep detaylarıyla şekillenirken vücudu saran saten düşes pardösüler, modern tavırlı romantik elbiselerle kusursuzca eşleşiyor. Elbiselerle birlikte kullanılan, feminen hatları vurgulayan kemerler ise göz alıcı bir bütünlük sağlıyor.

Tafta yağmurluklar ılık yaz yağmurlarına eşlik ederken, pullarla işlenen çiçek ve playa desen baskılı detaylar spor şık kavramını tamamlıyor.

İnce kırım karbon kaplamalı koton bluzlar ile vual, poplin ve güpür kumaşların hakimiyetine teslim olan bluz ve tunikler gündüzden geceye şık atmosferlerin anahtar parçaları olurken, ince boncuk ve taşlarla süslü patchler Machka kadınına feminen bir ışıltı sunuyor.



MONOCHROME MENÜSÜ KIŞ LEZZETLERİYLE YENİLENDİ!



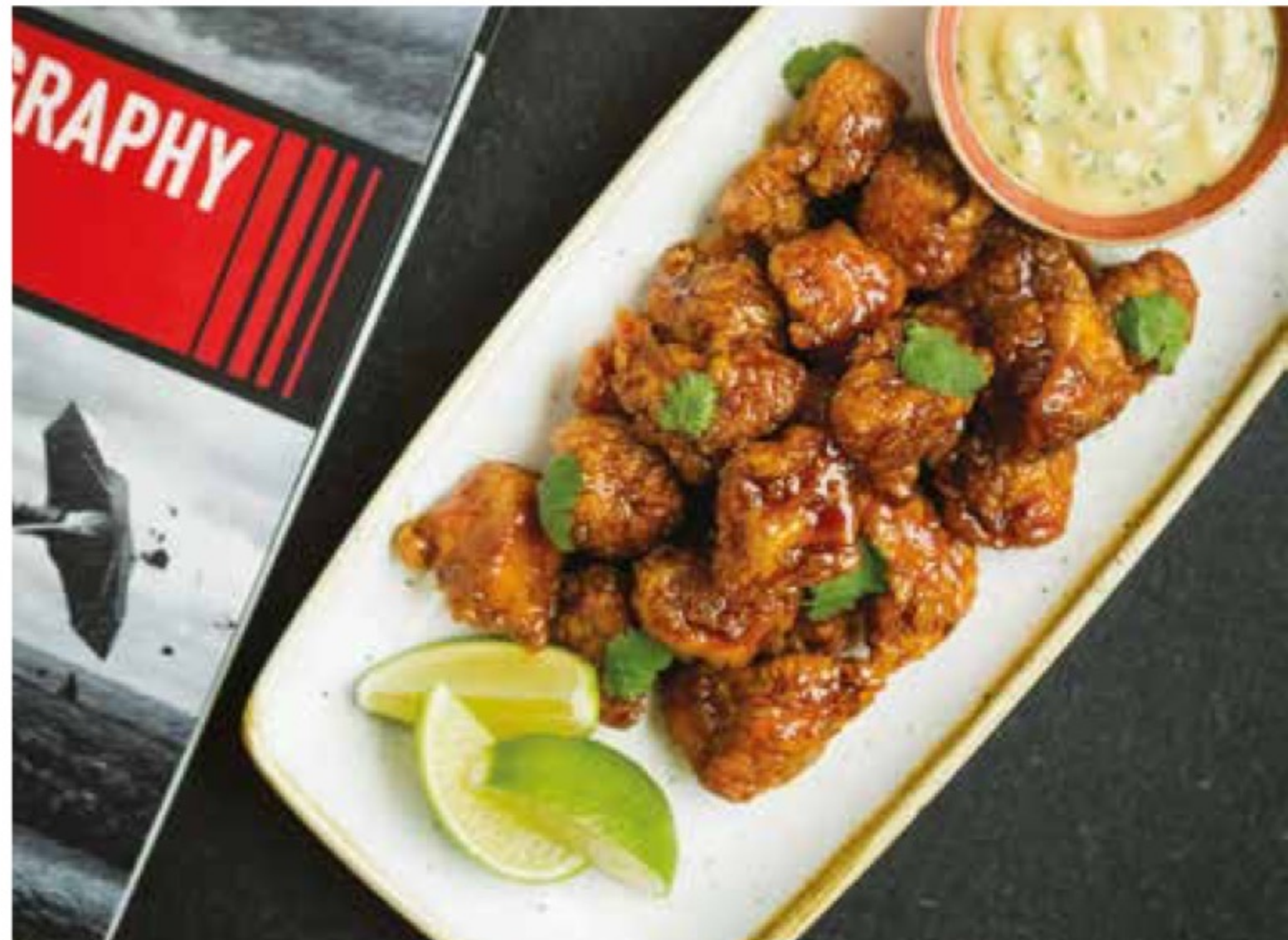
Brasserie konseptini yeni bir yaklaşımla hayata geçiren Monochrome, menüsünü birbirinden lezzetli seçeneklerle yeniliyor. Atıştırmalıklardan akşam yemeğine, salatalardan tatlılara kadar günün her saatinde uygun yepyeni alternatifler, Monochrome'un kış menüsünde misafirlerle buluşuyor.

Kış sezonu için Monochrome'un atıştırmalık seçenekleri, menünün yeni bölümü olan "Bar Atıştırmalıkları" altında zenginleşiyor. Monochrome misafirlerinin tercih edebileceği yepyeni atıştırmalıkların arasında Asya usulü tavuk küpleri ve somon kek ön plana çıkıyor. Asya usulü tavuk küpleri aioli sos ve limon dilimleriyle sunulurken, somon kek Meksika biberi reçeli, dereotlu



mayonez sos ve lahana slaw salatası ile servis ediliyor. Monochrome'un zengin ve doyurucu salata seçenekleri ise bonfile, roka yaprakları, çeri domates ve parmesan dilimleriyle hazırlanan Insalata Bistecca ile çeşitleniyor.

Ana yemeklere eklenen üç mantarlı risotto ve ızgara çıtır somon misafirlere lezzetli seçenekler sunuyor. Üç mantarlı risotto, Porcini, kestane ve istiridye mantarları ile hazırlanıp, bezelye filizleri ile servis ediliyor. Menünün bir diğer yeni lezzeti ızgara çıtır somon ise bezelyeli yaban pirinci yatağında, kuşkonmaz dilimleri ve narenciye sos ile misafirlere sunuluyor.



İTALYAN MUTFAĞININ EN LEZZETLİ HALİ MEZZALUNA'DA!



Şehrin en iyi İtalyan restoranlarından Mezzaluna, yeni kış menüsü ile misafirlerine unutulmaz bir lezzet deneyimi yaşıyor.

İtalyan mutfağından en lezzetli örnekleri misafirleri ile buluşturan Mezzaluna, menüsünü yeniledi. İtalyan şef Fabio Brambilla'nın geleneksel ve yenilikçi unsurları harmanlayan yaklaşımından yola çıkarak hazırladığı reçeteler misafirlerine çok özel lezzetler sunuyor.

Mevsimin en taze ürünleri kullanılarak oluşturulan menünün başlangıçları arasında yer alan "Kestaneli mercimek çorbası" lezzeti ve sunumu ile favori çorba tercihleriniz arasına girmeye aday! Doyurucu ve hafif bir seçenek arayanlar içinse; karışık sebze ve yeşillikler ile marine edilmiş "Füme somon salatası" iyi bir alternatif oluyor.



İtalyan tarzı burger yememiş olanlar için menüde çok özel bir seçenek var; sotelenmiş mantar, karamelize soğan, taze domates ve scamorza peyniri ile hazırlanan "burger", hem göze hem damağa hitap ediyor. Kavrulmuş patates ve sote orman mantarları ile servis edilen "Izgara deniz levreği" ise yeni sunumu ile göz dolduruyor.



ÇOCUKLARDA ATEŞE DİKKAT!



Okan Üniversitesi Hastanesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Yrd. Doç. Dr. Ferit Durankuş

"Çocuklarda ateş, genellikle enfeksiyon hastalıklardan kaynaklanır ve önemli bir kısmını virüsler oluşturur. Bu nedenle beden ısısını ölçmek, çocuğun hasta olup olmadığını anlamak için en iyi yoldur. Ateşin normale döndürülmesi, ateşe neden olan hastalığın tedavi edildiği anlamına gelmez. Bu nedenle ateşin nasıl düşürüleceğinin bilinmesi ve vakit kaybetmeden doktora başvurulması gerekmektedir" dedi.

"Koltuk altı 37.5 derece veya kulak 37.8 derece üzerindeki değerler ateş olarak tanımlanabilir. Yüksek olmayan ateşte ilaç kullanmak doğru değildir. Bu durumda ilaca başlamadan önce ateş düşürücü diğer yaklaşımlara başvurulmalıdır" diyen Okan Üniversitesi Hastanesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Yrd. Doç. Dr. Ferit Durankuş, çocuklarda görülen yüksek ateş hakkında önemli bilgiler verdi.

Yüksek ortam sıcaklığı, çocuklarda vücut sıcaklığının yükselmesine neden olur. Çocuğun bulunduğu ortamın ısı 22-25 derece aralığında olmalıdır. Eğer ortam ısı 25 derecenin üzerinde olur ve bebek kalın giydirilirse vücut sıcaklığı yükselecektir. Bebekleri giydirirken her zaman bulunduğu ortam koşulları göz önünde bulundurulmalıdır. Ortam ısı 22-25 derece aralığında ise bebeğin ya da çocuğun ebeveyninden sadece bir kat fazla giydirilmesi yeterlidir. Ateşe bağlı havale geçirme aileleri tedirgin etmekte ve ateş düşürücüyü süratle vermektedirler. Son zamanlarda ateş düşürücülerin yüksek dozda ve sık aralıklarla verildiği vurgulanmaktadır. Ateş 37,8 derecenin üzerindeyse ve düşmüyorsa, 4-6 saat arayla ateş

düşürücü şurup verilebilir. Ateşi düşmeye başladığında da şurup kesilmelidir. Çocuğun ateşi yokken ya da fazla miktarda verilen ateş düşürücüler vücudun ısısını düşürür ve hipotermi oluşabilir. Ayrıca karaciğere ve böbreklere zarar verip kalıcı hasar da bırakabilir. Ateş düşürücüler bebek ve çocuklarda ağırlık (kg) ve yaş esas alınarak verilmelidir. En sık kullanılan ateş düşürücüler Paracetamol ve Ibuprofen'dir. Ateş düşürülmesinde diğer bir yaklaşım ardışık ateş düşürücüleri kullanılmasıdır. Her ne kadar ardışık ateş düşürücülerde yan etkinin az olduğu vurgulansa da uygulama ancak tek ateş düşürücüye yanıt alınmadığı durumlarda kullanılabilir. Bir çok semptom giderici preparat bilinçsizce kullanılmaktadır. Bu preparatlar içindeki ateş düşürücü miktarları sabit olmayıp bazen Paracetamol ve Ibuprofen miktarları yüksek olup, bunun yanı sıra diğer semptom giderici ilaçlarla kombine edilmektedir ki bu preparatların 6 yaştan küçük çocuklarda kullanılması önerilmez. Çocuğun ateşine öncelikle üzerini soyarak, oda ısısını düşürerek, duş yaparak ve bol sıvı vererek düşürmeye çalışınız. Ateş düşürücü ilaçları kullanırken kombine ilaç (semptom giderici ilaç yerine) Paracetamol ve Ibuprofen ihtiva eden tekli preparatları kullanınız.

Hangi Durumlarda Doktora Acilen Başvurulmalıdır?

- 24 saatten daha uzun süren 39-40 derece ve ateşten başka burun akıntısı veya öksürük gibi başka belirtiler yoksa ateşin neden kaynaklandığının bulunması gerekir.
- Çocuk yemiyorsa veya yediklerini kusuyorsa, huzursuz ve halsizse çocuk yakından takip edilmelidir.
- Çocuğunun ateşi, yüksek ve düşmüyorsa, ateşli havale geçirme riskine karşı doktora başvurulmalıdır. Ateşli havale, genellikle çocuğun ateşi normalden yüksek ise oluşur.
- Çocuğun ateşi, orta derecede (38-39 derece) 48 saatten daha uzun sürüyorsa ve ilaçlarla bile düşmüyorsa doktora başvurulmalıdır.

Ateşli Çocuğun Bakımı Nasıl Olmalı?

- Uygun bakımın sağlanabilmesi için ateşe yol açan hastalığın nedeni belirlenmelidir. Genellikle ateş, hastalık sonucu ortaya çıkmıştır.
- Hastalanan çocuk, normale dönene dek olabildiğince rahat tutulmalıdır.
- Tüm gereksiz giysiler çıkartılarak, çocuğun üzerinde yalnız bol bir pijama bırakılmalıdır.
- Yüksek ateşin bedende sıvı kaybına neden olabileceği düşünülerek çocuğa öncekinden daha fazla içecek verilmelidir.
- Ateşli çocuk, iştahsızdır. İştahı yerine gelince, kolay sindirilen ve lezzetli yiyeceklerle azar azar beslenmelidir.

KANSER TEDAVİSİNDE ÇIĞIR AÇAN 4 GELİŞME!



Acıbadem Maslak Hastanesi Tıbbi Onkoloji Uzmanı
Prof. Dr. Gökhan Demir

'Sihirli mermiler' ile tedavide başarı yüzde 50'ye yakın artıyor, immünoterapi ile bazı kanser türlerinde tam şifa sağlanıyor, akıllı moleküller sayesinde tedavisi mümkün olmayan kanserler yıllarca kontrol altında tutulabiliyor... Çağın korkulu rüyası kanserde çığır açan gelişmeler yaşandığını, bu gelişmeler sayesinde kanserin birçok türünün tedavi edilebildiğini vurgulayan Acıbadem Maslak Hastanesi Tıbbi Onkoloji Uzmanı Prof. Dr. Gökhan Demir "Artık kanserin konfeksiyon modeli gibi standart kemoterapilerle tedavi edildiği, en ağır tedavi yöntemi olan kemoterapinin pek çok kanser türünde tek tedavi seçeneği olduğu çağ kapandı" diyor. Dünyada her yıl 14 milyon, ülkemizde de her yıl yaklaşık 150 bin yeni kanser olgusu teşhis edilirken, Prof. Dr. Gökhan Demir, kişiye ve tümöre özel yaklaşımlar sayesinde, tedavinin tam olarak sağlanamadığı ileri evrelerde bile kanserin artık kronik bir hastalık haline getirilerek yıllarca kontrol altında tutulabileceğini vurguluyor. Prof. Dr. Gökhan Demir, 4 Şubat Dünya Kanser Günü kapsamında, son yıllarda kanser tedavisinde 4 dev adımı anlattı.

Kemoterapi artık pek çok kanser türünde tek tedavi seçeneği olmaktan çıkarken, eskiden kemoterapiye cevap vermeyen melanom, böbrek kanseri ve nadir görülen bağırsak sarkomu gibi tümörlerde bugün akıllı moleküller sayesinde hastalık yıllarca kontrol altında tutulabiliyor. Öte yandan; tümör hücrelerini yok ederken sağlam hücrelere de zarar veren, bu nedenle saç dökülmesi, ağzı yaraları, bulantı, kusma gibi ciddi yan etkilere yol açan kemoterapinin de bugün yan etkilerini çok azaltan etkin yöntemler ve destek ilaçlar var. Buz şapkası yöntemi ile saç dökülmesi sorunu da engellenebiliyor. Hedefli tedaviler ise kemoterapiden farklı olarak sadece kanser hücrelerine saldırır ve onları yok eden ilaçlar olduğundan, kanser hücrelerindeki genetik bozuklukları hedef alıyor. Prof. Dr. Gökhan Demir hedefe yönelik tedavilerin, tedavi yaklaşımını değiştirdiği bir diğer kanser türünün ise akciğer kanserleri olduğunu belirtiyor. Günümüzde akciğer kanserlerinde ışık mikroskopisi ile yapılan tanının hemen ardından EGFR, ALK, ROS denilen genlerdeki bozukluklar araştırılıyor. Eğer böyle bir genetik bozukluk saptanırsa bu hastalara kemoterapi verilmeden başlanan akıllı moleküllerle 2 yılın üstünde hastalık kontrolü elde edilebiliyor. Bugün hedefli tedavilerde kullanılan ikinci üçüncü kuşak moleküller tümörün tedaviye direnç geliştirdiği durumlarda bile yüzde 30-40 oranında yanıt elde edebiliyor.

Vücudun bağışıklık sistemi tarafından üretilen bazı moleküllerin kanserli hücrelerde bulunan bazı hedeflere karşı üretilmesi onkolojide son yıllarda elde edilen bir diğer önemli adım. 'Sihirli mermiler' diye adlandırılan bu biyolojik tedavi ajanları bugün lenf bezi kanserlerinde, meme kanserlerinde, kalın bağırsak kanserlerinde ve baş ile boyun kanserlerinde etkin olarak kullanılıyor. Bu sihirli mermiler klasik tedavilere eklendiğinde, kemoterapi veya radyoterapinin etkisini yüzde 30-50 oranında artırıyor.

Vücudun kendi bağışıklık hücrelerinin kanser tedavisinde kullanılabilmesi yani immünoterapi, onkolojik tedavilerde son yıllarda atılan en büyük adım olarak nitelendiriliyor. Vücudun temel koruyucu hücreleri olan bağışıklık hücreleri yıllardır kanser tedavisinde etkin değildi. Bağışıklık hücreleri kanser hücrelerini yabancı düşman hücre gibi görüp mücadele etmiyordu. Kanser tedavilerinin bağışıklık sistemini baskılayıcı etkisi de birleşince kanserle savaşta bağışıklık sistemi tamamen devre dışı kalıyordu. Ancak son yıllarda özellikle ölümcül bir cilt kanseri olan melanomda yapılan öncü çalışmalar kanserli hücrenin nasıl bağışıklık sistemini kandırdığını, kendisini sakladığını tıp dünyasına öğretti. Bu bilgiler ışığında üretilen yeni moleküller bağışıklık hücrelerinin kanserle savaşta etkin olarak kullanılabilmesini sağladı. Üretilen yeni kuşak immünoterapi ilaçlarıyla melanom, akciğer kanseri, böbrek ve mesane kanseri, baş boyun kanserleri, mide ile bağırsak kanserlerinde önemli başarılar sağlanıyor. Bugün özellikle melanom ve akciğer kanserlerinin bazı türlerinde kemoterapi tedavisini hiç kullanmadan sadece bağışıklık sistemi uyarıcı immünoterapi yöntemiyle ileri evre hastalıkta bile tam şifa sağlanabiliyor. Immünoterapi tedavisiyle ilgili bugün başta meme kanseri, yumurtalık kanserleri, beyin kanserleri olmak üzere hemen hemen tüm kanser türlerinde araştırmalar sürüyor. Yakın gelecekte immünoterapi tüm kanser türlerinde tedavinin bir parçası olmaya aday olarak gösteriliyor.

Bugün en büyük gelişmelerin yaşandığı alanlardan biri de, kanserin tanı ve takibinde geliştirilen yeni moleküler yöntemler. Bugüne kadar kanserin tanısı, tümörün radyolojik olarak gösterilmesi ve alınan biyopsilerle tanı konulması ilkesine dayanıyordu. Ancak son yıllarda kanserli hücreden salgılanan genetik materyalin kandan izole edilmesi ve bu materyalin moleküler ile genetik özelliklerinin tanımlanmasını sağlayan likid biyopsi tekniği onkolojinin geleceğinde çığır açmaya yönelik bir teknik olarak gösteriliyor. Tıbbi Onkoloji Uzmanı Prof. Dr. Gökhan Demir bu teknikle kanserin gelecekte radyolojik olarak gösterilemeyecek kadar küçükken bile teşhis edilebileceğini söylüyor. Kanser tedavisindeki en önemli zorluklardan birini tümör heterojenitesi denen kavramın oluşturduğunu belirten Prof. Dr. Gökhan Demir "Bu, süreç içinde kanserli dokuda gelişen genetik moleküler değişiklikler sonucu kanserin uygulanan tedavilere direnç kazanmasını tanımlamak için kullanılan bir kavram. Klinik onkologlar aylar ya da yıllar önce alınan biyopsi materyalinin özelliklerine göre tedavi düzenlemeye çalışırken, karşısındaki düşman genetik ve moleküler yapısını çoktan değiştirmiş oluyordu. Hastadan tekrarlanan biyopsilerin güçlüğü hesaba katılırsa hastanın kanından elde edilen tümörlü hücrenin genetik materyalinde zaman içinde gelişen değişikliklerin takibi ve tedavilerin bu özelliklere göre düzenlenmesi onkolojideki atılan dev adımlardan bir diğerini oluşturuyor" diyor.

bt media

İş Dünyası Dergisi BusinessNews

ABONE FORMU

Okuyucunun Adı: Soyadı:

Mesleği:

Çalıştığı Kurum:

Görevi:

Kurum Faaliyet Alanı:

Posta Adresi:

Posta Kodu: Semt: İl:

Telefon: Faks:

e-mail: web:

☐ Yeni abone oluyorum

☐ Aboneliğimi yeniliyorum

☐ 6 aylık abone olmak istiyorum 150 TL

☐ 1 yıllık abone olmak istiyorum 250 TL

Aboneliğiniz ne zaman bağlansın?

Ay / Yıl Başvuru Tarihi:

Ödeme Bilgileri

☐ Banka havalesiyle gönderdim.
İlgili belge ektedir.

• Vakıfbank Mimaroba Şb. Bayram Tavşan
Hesap No: 00158007301313225
IBAN: TR11 0001500158007301313225

Fatura Bilgileri

☐ Faturayı adıma kesiniz.

Firma Adı / İsim:

☐ Firmaya kesiniz.

Adresi:

VD V.No

İmza/Kaşe

BT MEDIA GROUP

Batıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok. Kent Plus Sitesi B2 Blok No: 2Y / 30
Mimaroba – Büyükçekmece / İSTANBUL Tel : (212) 337 36 56 pbx Fax: (212) 337 36 10
Büyükçekmece VD. 13571672248

www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com

YESToPAY

**HİÇBİR ŞEYE
DOKUNMADAN
HER ŞEYİ
ÖDE!
METRODA
OTOBÜSTE
ALİŞVERİŞTE**



YESToPAY
Akıllı Temassız
SIM Card Teknolojileri
Okutucular, POS Makineleri
Akıllı Temassız Kart
Teknolojileri Temassız
EMV Kart Teknolojileri
NFC Mobil Bilet,
RFID Uygulamaları
İleri Telemetri Uygulamaları
Mobil Ödeme ve
Mobil Cüzdan Sistemleri
bilgi işlem, elektronik
elektromekanik gibi
alanlarda kamu ve özel
kurumlara hizmet
vermeye hazırdır.



www.koluk.com.tr

YESToPAY bir Kölük Şirketler Grubu kuruluşudur.

www.yestopay.com



YENİ PEUGEOT SUV AİLESİ

HİÇBİR SUV ONLAR KADAR İLERİ GİTMEDİ



SUV PEUGEOT 2008



SUV PEUGEOT 3008



SUV PEUGEOT 5008



ÖDÜLLÜ PURETECH BENZİNLİ MOTOR
GRIP CONTROL TEKNOLOJİSİ
PEUGEOT i-COCKPIT®
AKTİF SÜRÜŞ DESTEK SİSTEMLERİ



MOTION & EMOTION

PEUGEOT

Yeni Peugeot SUV Ailesi, teknolojisi, tasarımı, sınır tanımayan sürüş keyfi ile Peugeot Yetkili Satıcıları'nda. Gelin, bu ayrıcalıklı aileyi test edin, üstün özelliklerini keşfedin.

Yeni SUV Peugeot 2008 1.2 L PureTech 110 hp S&S EAT6 karma yakıt tüketimi 4.8 L/100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 110 g/km'dir. Yeni SUV Peugeot 3008 1.6 BlueHDi 120 S&S EAT6 karma yakıt tüketimi 4.2 L/100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 108g/km'dir. Yeni SUV Peugeot 5008 1.6 BlueHDi 120 hp EAT6 şehir dışı karma yakıt tüketimi 4.0 L/ 4.2*/ 100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 112g/ 118g*/km'dir. *18" Jantlar, Grip Control ve M+S (Çamur ve Kar) tipi lastiklerle. İlanda kullanılan görseller, Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

PEUGEOT TAVSİYE EDER: **TOTAL**

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44

[instagram.com/peugeotturkiye](https://www.instagram.com/peugeotturkiye)

twitter.com/PeugeotTurkiye

facebook.com/peugeotturkiye